

**DAKWAH PERSUASIF PADA MASYARAKAT MARJINAL DI
UJUNG BOM KELURAHAN KANGKUNG KECAMATAN
TELUK BETUNG SELATAN KOTA BANDAR LAMPUNG**



Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di Fakultas Dakwah Dan Ilmu
Komunikasi

Oleh :

BISRI MUSTOFA
Npm : 1441010231
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1440 H / 2018 M

**DAKWAH PERSUASIF PADA MASYARAKAT MARJINAL DI
UJUNG BOM KELURAHAN KANGKUNG KECAMATAN
TELUK BETUNG SELATAN KOTA BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di Fakultas Dakwah Dan Ilmu

Komunikasi

Oleh :

BISRI MUSTOFA

Npm : 1441010231

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Prof. Dr. H. Khomsarial Romli, M. Si

Pembimbing II : Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

1440 H / 2018 M

ABSTRAK

DAKWAH PERSUSIF PADA MASYARAKAT MARJINAL DI UJUNG BOM KELURAHAN KANGKUNG KECAMATAN TELUK BETUNG SELATAN KOTA BANDAR LAMPUNG

OLEH

BISRI MUSTOFA

Peran dakwah dibutuhkan dalam upaya membentuk kepribadian yang kokoh seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Dakwah juga bertujuan menghadapi dan mengatasi krisis moral yang melanda umat islam. Karena semakin jauh manusia dari ajaran agama bisa berakibat pola pikir dan hidup manusia dipenuhi dengan bisikan-bisikan negatif yang timbul dari dalam maupun lingkungannya. Hal demikian bisa menghantarkan manusia pada perbuatan serakah, kerusakan, pemuasan hawa nafsu dan kedengkian. Karena tujuan inilah mengapa dakwah begitu penting perannya dalam pembinaan keagamaan manusia pada umumnya dan kelompok masyarakat marjinal perkotaan pada khususnya,

Sebagai langkah perubahan, harus ada upaya yang pasti untuk mengawal perubahan pada masyarakat Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung. Untuk mengawal perubahan tersebut dakwah persuasif adalah pilihan yang tepat.

Aktivitas dakwah merupakan salah satu strategi untuk membentuk perubahan masyarakat ke arah yang lebih baik, dan sebagai proses membentuk masyarakat yang islami, dan proses dakwah haruslah berpedoman pada AlQur'an dan Hadits. Agar pesan dakwah itu bisa diterima oleh para mad'u maka perlu menggunakan metode ataupun cara berkomunikasi dalam melakukan dakwah, salah satunya yaitu dengan cara komunikasi persuasif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana kegiatan dakwah persuasif yang diselenggarakan pada Masyarakat Marjinal atau berkontribusi membantu membentuk akhlak mulia pada masyarakat di Ujung Bom Kelurahan Kangkung. Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 60 orang dan sampel diambil dari populasi yang ada.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh para da'i adalah komunikasi persuasif. Metode dakwah yang digunakan adalah dakwah fardiyah (kegiatan pembinaan masyarakat dengan berjenjang yang dilakukan pada waktu tertentu khususnya untuk proses pemberian pemahaman islam kepada masyarakat

yang ingin mengkonsultasikan permasalahannya), dakwah bil lisan (ceramah, menanamkan pendidikan agama langsung, dan dakwah bil haal (bakti sosial dan bimbingan mmental remaja).

Kata kunci : dakwah Persuasif, Masyarakat Marjinal.



PERSETUJUAN

**Judul : DAKWAH PERSUASIF PADA MASYARAKAT MARJINAL
DI UJUNG BOM KELURAHAN KANGKUNG KECAMATAN
TELUK BETUNG SELATAN KOTA BANDAR LAMPUNG**

Nama : Bisri Mustofa

NPM : 1441010231

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

**Untuk di Munaqosyahkan dan di pertahankan dalam sidang Munaqosyah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung**

Bandar Lampung, 01 Agustus 2018

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof.Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I

NIP. 196104091990031002

NIP. 197010251999032001

**Mengetahui,
Ketua Jurusan KPI**

Bambang Budiwiranto, M.Ag.,MA(AS) Ph.D

NIP: 197303191997031001



**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat: Jl. Let. Kol. H. Hendro Suratmin, UIN Raden Intan Lampung Graha Fakultas Dakwah (35131)

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: **DAKWAH PERSUASIF PADA MASYARAKAT MARJINAL DI UJUNG BOM KELURAHAN KANGKUNG KECAMATAN TELUK BETUNG SELATAN KOTA BANDAR LAMPUNG** disusun oleh **Bisri Mustofa, NPM: 1441010231**, Jurusan: **Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)**. Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal: **Rabu, 01 Agustus 2018**.

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos M.Sos.I

Sekretaris : Septy Anggrainy, M.Pd

Penguji I : Mardiyah, M.Pd

Penguji II : Prof.Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

Mengetahui

Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam



Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

196104091990031002

MOTTO

الْمُتَوَكِّلِينَ يُحِبُّ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ فَتَوَكَّلْ عَزَمْتَ فَإِذَا ﴿١٥٩﴾

Artinya : Apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (QS. Al-Imran/ 3: 159)



PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya (Bapak Basroni dan Ibu Umayah) yang penulis sayangi dan cintai, yang telah mendidik, membesarkan penulis dengan kesabaran dan selalu memotivasi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan study sampai sekarang.
2. Mbakku tersayang Ira Wati dan Adikku tercinta Aziz Muntaha dan Muhammad Alimakki terimakasih semangat dan doanya yang membuatkuterus berjuang menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Almamater terinta UIN Raden Intan Bandar Lampung.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Bisri Mustofa, dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 31 Desember 1996, anak kedua dari empat saudara. Diantaranya Ira Wati, Bisri Mustofa, Aziz Muntaha dan Muhammad Alimakki yang semuanya dilahirkan dari pasangan Bapak Basroni dan Ibu Umayah.

Riwayat pendidikan yang ditempuh yaitu Sekolah Dasar Negeri 3 Tanjung Gading selesai pada tahun 2007, kemudian penulis melanjutkan pendidikan Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Tanjung Karang selesai pada tahun 2011, dan pada tahun 2014 penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK YAPENA Bandar Lampung.

Kemudian atas izin Allah pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan jenjang perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dengan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Bandar Lampung, November 2018

Penulis,

Bisri Mustofa
NPM.1441010231

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Dakwah Persuasif Pada Masyarakat Marjinal di Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung”**. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Rasul Muhammad SAW, yang telah membimbing kita kejalan yang di ridhai oleh Allah SWT dan semoga kita semua mendapatkan syafaatnya pada yaumul akhir kelak.

Merupakan suatu kebanggan tersendiri bagi penulis karena dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan, karenanya kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Pada kesempatan ini penulis juga hendak menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsarial Romli, M. Si selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Raden Intan Lampung sekaligus sebagai dosen pembimbing pertama (PA) yang banyak memberi masukan dan arahan.
2. Bapak Bambang Budiwiranto, M.Ag, MA(AS),Ph.D sebagai ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos M.Sos sebagai dosen pembimbing kedua (PA) yang banyak memberi masukan dan arahan.
4. Seluruh dosen dan staff Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
5. Keluarga besar perpustakaan UIN Raden Intan Lampung atas perkenankannya penulis meminjam buku sebagai literatur yang dibutuhkan.
6. Rekan-rekan seperjuangan kelas KPI B yang selalu memberikan motivasi, dukungan, waktu, berkenan memberikan sumbangan pemikirannya demi menggapai cita-cita dan harapan. Terimakasih atas kebersamaan dan keceriaan yang tercipta selama ini.
7. Sahabat sekaligus saudara terbaik Fahad Almafakir, Saiful Rahman, Bastian Adam, Wahyu Indarto, Nabil Muashil yang selalu bersamaku dalam keadaan suka maupun duka saat lapang maupun sempit dan saling bahu membahu menghadapi segala kesulitan dan masalah.

8. Seluruh pengurus kelurahan Kangkung dan masyarakat Ujung Bom atas jasanya dalam memberikan informasi berupa data yang dibutuhkan dalam penyusunan dalam skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu turut serta membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini

Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat –Nya kepada kita semua. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa di dunia ini tidak ada yang sempurna, begitu juga dengan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi menyempurnakan skripsi ini.

Akhirnya dengan segala bentuk kekurangan dan kesalahan, penulis berharap karya sederhana ini bisa bermanfaat bagi kita semua serta bisa menjadi bahan pembelajaran bagi penulis sendiri pribadi maupun pihak-pihak pembaca.

Bandar lampung, November 2018

Penulis

Bisri Mustofa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul	5
C. Latar Belakang Masalah	6
D. Rumusan Masalah.....	19
E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	19
F. Tinjauan Pustaka.....	20
G. Metode Penelitian	22

BAB II DAKWAH PERSUASIF DAN MASYARAKAT MARJINAL30

A. Dakwah	30
1. Pengertian Dakwah	30
2. Unsur-unsur Dakwah.....	34
3. Materi Dakwah.....	36
4. Metode Dakwah	36
B. Dakwah Persuasif.....	38
1. Pengertian Dakwah Persuasif.....	38

2. Teknik Persuasif.....	38
3. Prinsip dan Tujuan Persuasif.....	44
4. Ciri-ciri Komunikasi Persuasif.....	45
5. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi Persuasif.....	46
C. Masyarakat Marjinal	50
1. Pengertian Masyarakat Marjinal	50

BAB III GAMBARAN UMUM MASYARAKAT MARJINAL DI UJUNG BOM

A. Keadaan Umum Kota Bandar Lampung	56
B. Keadaan Umum Kecamatan Teluk Betung Selatan.....	58
C. Keadaan Umum Daerah Penelitian	59

BAB IV DAKWAH PERSUASIF DALAM MENGUBAH POLA PIKIR MASYARAKAT MARJINAL

A. Tahap dakwah persuasif da'i pada Masyarakat Marjinal Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk betung Selatan Bandar Lampung 65	
B. Pelaksanaan Dakwah Persuasif Da'i Terhadap Masyarakat Marjinal di Ujung Bom kelurahan Kangkung Teluk Betung Selatan Bandar Lampung	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN.....	80
B. SARAN	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman wawancara
2. Pedoman observasi
3. Pedoman dokumentasi
4. Daftar nama-nama sampel
5. Surat izin survey
6. Kartu hadir munaqosyah
7. Kartu konsultasi skripsi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan judul

Judul merupakan gambaran pokok dari suatu karangan ilmiah untuk memperjelas maka dibuatnya sebuah judul, serta diperlukannya suatu penegasan judul dengan memberikan makna atau istilah yang terkandung dalam judul. Secara lengkap skripsi ini saya beri judul **“Dakwah Persuasif Pada Masyarakat Marjinal Di Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung”**

Secara etimologis, kata dakwah merupakan bentuk masdar dari kata yad`u (fi`il mudhari`) dan da`a (fi`il madli) yang artinya adalah memanggil (to call), mengundang (to invite), mengajak (to summer), menyeru (to propo), mendorong (to urge) dan memohon (to prray).

Selain kata “dakwah”, al-Qur`an juga menyebutkan kata yang memiliki pengertian yang hampir sama dengan “dakwah”, yakni kata “tabligh” yang berarti penyampaian, dan “bayan” yang berarti penjelasan. (Pimay, 2006: 2)

Dakwah dalam pengertian tersebut, dapat dijumpai dalam ayat-ayat al-Qur`an antara lain: Surah Yunus: 25

﴿مُسْتَقِيمٌ صِرَاطٍ إِلَىٰ يَشَاءُ مَنْ يَهْدِي السَّلَمِ دَارِ إِلَىٰ يَدْعُواوَاللَّهُ﴾

Artinya : *“Allah menyeru (manusia) ke darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang Lurus (Islam).”*

Dakwah yaitu mengajak manusia kejalan Allah agar mereka bahagia didunia dan di akhirat.Kata da'i berasal dari bahasa arab bentuk mudzakar (laki-laki) yang berarti orang yang mengajak, kalau muanas (perempuan) disebut da'iyah.”¹Sedangkan dalam kamus besar bahasa indonesia,”da'i adalah orang yang berdakwah, pendakwah.”Melalui kegiatan dakwah para da'i menyebarkan ajaran islam.²Dengan kata lain, da'i adalah seseorang yang mengajak kepada orang lain baik secara langsung atau tidak langsung, melalui lisan, tulisan, atau perbuatan untuk mengamalkan ajaran-ajaran islam atau menyebarkan ajaran islam. Melakukan upaya perubahan kearah kondisi yang lebih baik menurut islam.Da'i yang penulis maksud disini adalah seseorang yang terlibat dalam dakwah yang mengajak orang lain untuk lebih beriman dan menjadi lebih baik.

Istilah Persuasif bersumber dari bahasa latin, persuasion, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu. Persuasif bisa di lakukan secara rasional dan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional,biasanya menyentuh aspek afeksi yaitu

¹Enjang AS dan Aliyudin.*Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung:Widya Padjajaran,2009), h.73

² *Ibid*, h.75

hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional, aspek simpati dan empati seseorang dapat di gubah.³

Menurut olson dan Zanna Persuasif didefinisikan sebagai perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain.⁴ Kemudian ada yang mendefinisikan Persuasif adalah kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi sikap, sifat, pendapat dan perilaku seseorang atau orang banyak, mempengaruhi sikap, sifat, pendapat dan perilaku dapat di lakukan dengan beberapa cara mulai terror, boikot, pemerasan, penyuapan dan sebagainya dapat juga memaksa orang lain bersikap atau berperilaku seperti yang di harapkan. Namun persuasif tidak melakukan cara demikian untuk mencapai tujuan yang di harapkannya, melainkan menggunakan cara komunikasi (pernyataan antar manusia) yang berdasar pada argumentasi dan alasan-alasan Psikologis.⁵

Marjinal berasal dari bahasa inggris '*marginal*' yang berarti jumlah atau efek yang sangat kecil. Menurut terminologi kaum marjinal adalah masyarakat kelas bawah yang terpinggirkan dari kehidupan masyarakat contoh dari kaum marjinal antara lain pengemis, pemulung, buruh, petani, dan orang-orang

³Herdiyan Maulana, Gumgum Gumelar, Psikologi Komunikasi dan Persuasi (Jakarta : Akademia Permata 2013), h. 7

⁴Werner J severin, James W tankard, Jr, Teori Komunikasi Sejarah Metode dan Terapan di Dalam Media Massa, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, Cetakan ke-4 Februari 2009), h. 177.

⁵Herdiyan Maulana, Gumgum gumelar, Psikologi Komunikasi dan Persuasi (Jakarta : Akademia Permata 2013), h. 9.

dengan penghasilan pas-pasan atau bahkan kekurangan. Mereka ini adalah bagian tak terpisahkan dari Negara ini.⁶

Di kota besar, golongan masyarakat yang mengalami proses marginalisasi umumnya adalah kaum migran, seperti pedagang kaki lima, penghuni pemukiman kumuh dan pedagang asongan yang umumnya tidak terpelajar dan terlatih atau apa yang kata asing disebut *unskilled labour*.

Ciri lain dari kehidupan masyarakat marginal adalah timbulnya ketergantungan yang kuat dari pihak orang tidak mampu terhadap kelas sosial-ekonomi di atasnya. Menurut Moehtar mas'ud, ketergantungan inilah yang selama ini berperan besar dalam menurunkan kemampuan masyarakat melakukan tawar-menawar dalam dunia hubungan sosial yang sudah timpang antara pemilik tanah dan penggar, antara majikan dan buruh. Buruh tidak mempunyai kemampuan untuk menetapkan upah, pedagang kecil tidak bisa mendapatkan harga yang layak atas barang yang mereka jual. Pada masyarakat relatif tidak dapat berbuat banyak atas eksploitasi dan proses marginalaisasi yang dialami yang dialami karena mereka tidak memeiliki alternatif pilihan untuk menentukan nasib ke arah yang lebih baik.

Menurut Robert Chamber (1987), Pengertian masyarakat marginal sebetulnya sama dengan apa yang disebut *deprivation trap* atau perangkap kemiskinan. secara rinci *deprivation trap* terdiri dari 5 unsur:

⁶ Parsudi Suparlan, *Orang Gelandangan di Jakarta: Polotik Pada Golongan Termiskin dalam Kemiskinan di Perkotaan* (Jakarta: Sinar Harapan, 1984), h. 25

1. Kemiskinan itu senduri
2. Kelemahan fisik
3. Keterasingan atau kadar isolasi
4. Kerentanan
5. Ketidak berdayaan.

Kelima usur ini sering saling mengingat sehingga merupakan perangkat kemiskinan yang benar-benar mematikan peluang hidup orang atau keluarga miskin, dan akhir-akhirnya menimbulkan proses marginalisasi.⁷

Dari uraian tersebut maka yang dimaksud dengan judul adalah kegiatan dakwah dengan persuasif yang dilakukan oleh da'i dengan tujuan mempengaruhi mad'u dalam hal perubahan baik akhlak, sikap, perilaku, dan mindset/pola pikir yang terdapat di masyarakat marjinal di Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kota Bandar Lampung.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan-alasan penulis memilih judul ini adalah sebagai berikut :

1. Dakwah persuasif merupakan pola yang paling efektif digunakan untuk mengajak belajar agama dengan perlahan bagi masyarakat marjinal.
2. Untuk mengetahui pentingnya dakwah persuasif dalam membentuk pola pikir yang islami di kalangan masyarakat marjinal.
3. Lokasi penelitian mudah dijangkau, dan data-data yang diperlukan cukup tersedia, baik data dokumentasi atau kepustakaan maupun lapangan

⁷Solusi Islam Atas Problematika Umat:(ekonomi, pendidikan, dakwah)h. 167-168.

sehingga tidak menyulitkan bagi penulis untuk melakukan penelitian tersebut.

C. Latar Belakang Masalah

Masyarakat kota adalah masyarakat yang penduduknya sangat heterogen. Ke-heterogen-an masyarakat kota dapat kita lihat dari berbagai segi, mulai dari tingkatan hidup, pendidikan, budaya dan lain sebagainya. Masyarakat kota mayoritas penduduknya hidup dari bermacam-macam usaha yang bersifat non agraris. Freeman menyebutkan empat ciri kota, yaitu: Menyediakan fasilitas untuk warganya, menyediakan jasa(tenaga), menyediakan jasa informal dan memiliki pabrik (industri).

Sistem kehidupan masyarakat kota mempunyai corak-corak kehidupan tertentu yang jauh berbeda apabila dibandingkan dengan masyarakat di Desa. Pada umumnya masyarakat kota mempunyai taraf hidup yang lebih tinggi dari pada masyarakat Desa. Tuntutan biaya hidup sebagai alat pemenuh kebutuhan yang tiada terbatas menyebabkan orang berlomba-lomba mencari usaha atau kesibukan mencari nafkah demi kelangsungan hidup pribadi atau keluarganya.

Akibatnya timbullah sikap pembatasan diri dalam pergaulan masyarakat dan terpuuklah paham mementingkan diri sendiri yang akhirnya muncul sikap individualisme atau egoisme. Dimana setiap individu mempunyai otonomi jiwa atau kemerdekaan pribadi, Djojodiuno seorang pakar ilmu sosial

menyebutnya dengan istilah masyarakat Patembayan⁸. Justru kepribadian asli bangsa Indonesia yang bersifat gotong royong melahirkan bentuk masyarakat Peguyuban (Ferdinand Tönnies mengistilahkan *Gemeinschaft*) telah luntur dari kehidupan masyarakat kota.⁹

Upaya yang dilakukan oleh masyarakat kota dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tidak lepas dari tuntutan kemampuan pikiran atau rasio. Dengan fasilitas kota yang memadai memungkinkan anggota masyarakat kota meningkatkan pengetahuan mereka dalam berbagai bidang. Sekolah umum dan kejuruan dalam berbagai bidang sampai pada tingkat perguruan tinggi tersedia di kota. Akan tetapi fasilitas itu hanya dapat dirasakan oleh sebagian dari masyarakat kota. Sarana pendidikan yang sangat besar manfaatnya bagi lingkungan masyarakat akan membawa warna kota ke arah peningkatan kecerdasan yang lebih tinggi serta pengetahuan dan pandangan hidup lebih luas. Dengan kata lain menjadi manusia yang kreatif, inovatif, dan rasional.

Segala sesuatunya dipecahkan secara rasional dengan melihat kenyataan yang ada berdasarkan pertimbangan pemikiran sehat dan ilmiah. Sehingga tidak segan untuk membuang kebiasaan lama yang tak sesuai dengan perkembangan zaman. Kemajuan teknologi dan budaya masa kini telah menghantarkan masyarakat kota bertaraf hidup lebih tinggi dan modern.

⁸ M. Cholil Mansyur, *Sosiologi Masyarakat Kota dan desa* (Surabaya: Usaha Offset, t.t()), h. 109-110

⁹ *Ibid*, h. 113

Sebagai akibat dari konsekwensi kemajuan peradaban kota didorong pula oleh sikap atau naluri untuk meniru dan menyesuaikan diri dengan lingkungan masyarakat sekitarnya, maka terciptalah suatu masyarakat yang bercorak radikal dinamis.¹⁰Pandangan hidupnya menjurus pada materialistis. Dipandang dari segi religi, kepribadian masyarakat kota memiliki corak tersendiri di dalam memenuhi kebutuhan kejiwaan. Akibat dari pengaruh kesibukan dan gaya hidup yang serba dinamis, menyebabkan orang-orang kota kurang memperhatikan kegiatan-kegiatan dalam segi religi. Fikiran dan aktivitasnya hanya disibukkan oleh hal-hal yang menjurus pada usaha keduniawian.

Jika melihat fasilitas kota yang sangat memadai dalam bidang pendidikan baik formal ataupun non formal tentunya dapat meningkatkan kualitas keilmuan yang bersifat umum sebagai modal mengarungi kehidupan dunia dan pemahaman agama dapat dijadikan barometer atau penyeimbang untuk mencapai kebahagiaan akhirat. Akan tetapi lembaga pendidikan yang ada tidak menjamin masyarakat kota paham terhadap ajaran agamanya secara utuh sehingga dapat diaplikasikan dalam kehidupan keluarga dan lingkungan masyarakat.

Peluang kerja sektor formal banyak menuntut prasyarat pendidikan yang tinggi dan berpengalaman. Sedang pada umumnya migrant yang hidup dikota-kota besar berpendidikan rendah, relative tua dan sudah berkeluarga.

¹⁰Ibid,h. 111.

Akhirnya banyak para pendatang yang tidak dapat berkompetisi dan survive di kota-kota besar, seperti Bandar Lampung.

Masyarakat urban yang termasuk bagian dari mereka, akan mudah terbawa arus kehidupan kota. Dalam kehidupan sosial mereka berada di posisi kelompok ter-marginal-kan, namun berbagai upaya mereka lakukan untuk menopang kebutuhan hidupnya. Sulitnya hidup di perkotaan karena himpitan ekonomi terkadang membuat kita lupa akan segalanya.

Kota Bandar Lampung merupakan sebuah kota, sekaligus ibu kota provinsi Lampung, Indonesia. Secara geografis, kota ini menjadi pintu gerbang utama pulau Sumatera, tepatnya kurang lebih 165 km sebelah barat laut Jakarta, memiliki andil penting dalam jalur transportasi darat dan aktivitas pendistribusian logistik dari Jawa menuju Sumatera maupun sebaliknya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung terdapat 902.885 jiwa penduduk di Kota Bandar Lampung pada tahun 2012.

Kota Bandar Lampung yang sarat dengan kemegahan dan kemodernan yang mana menawarkan khususnya ruang ekonomi yang banyak menarik pendatang untuk ikut menjadi bagian didalamnya, seperti industri-industri yang berdiri kokoh, membutuhkan pekerja yang handal dan berpengalaman. Akan tetapi pada kenyataannya para pendatang jauh dari kemampuan untuk berkompetisi dalam arus kebutuhan pasar dan industri.

Dengan gelamornya pembangunan di Bandar Lampung masih ada saja daerah yang terpinggirkan seperti Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan

Teluk Betung Betung Selatan. Melihat corak kehidupan kelompok masyarakat marginal yang sangat memprihatinkan membuat kita umat islam merasa tersentuh untuk melakukan suatu perubahan yang salah satunya dengan jalan dakwah.

Kelompok marginal perkotaan seperti para nelayan di Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung, kecil kemungkinan untuk mendapatkan sentuhan- sentuhan rohani untuk tetap teguh dalam menjalani kehidupannya. Mereka habiskan waktu hidupnya sehari-hari di laut tempat mencari nafkah. Kesempatan mereka beraktualisasi meningkatkan mutu kehidupan diri dan keluarganya menjadi suatu keniscayaan. Namun hal itu menjadi suatu hal yang biasa, tapi sulit dan terlalu mewah bagi mereka.

Aktivitas keseharian mereka telah membuat mereka lupa akan kewajiban mereka sebagai seorang muslim yang harus taat terhadap perintah agama. Bukannya tidak paham atas apa yang telah mereka lakukan, akan tetapi memang pemahaman keagamaan yang mereka miliki sangat terbatas. Kebanyakan mereka yang termasuk dalam kelompok marginal perkotaan adalah masyarakat awam pedesaan yang karena tuntutan ekonomi keluarga berani mengadu nasib di kota. Akan tetapi, kehidupan kota yang sarat dengan arus modernisasi bukan membuat mereka semakin maju, justru membuat mereka semakin kerdil. Bahkan tidak jarang karena himpitan ekonomi dan kurangnya pemahaman syari'at agama membuat mereka gigantis mengikuti peradaban

kota. Sehingga mereka tertantang untuk menjadi perampok, bajing loncat, kompolatan kapak merah dan beraneka ragam bentuk kejahatan lainnya.

Corak kehidupan bermasyarakat dan berbudaya di wilayah Ujung Bom kelurahan Kangkung ini tidak lepas dari hukum sebab dan akibat, salah satu faktor sebab utamanya adalah sikap orang tua yang terlalu fokus mencari uang untuk mencukupi kebutuhan dapur dan mencukupi gaya hidup yang berlebihan, pola pikir yang pendek dan cara berfikir yang simpel justru tanpa mereka sadari menjadi boomerang untuk mereka. Bukan penghasilan yang minim, akan tetapi dari penghasilan tersebut tidak di investasikan demi masa depan keluarganya untuk lebih baik.

Sikap orang tua tersebut akhirnya sangat berdampak bagi segala aspek kehidupan mereka. Akibat yang pertama, mereka lalai dalam hal pendidikan. Anak-anak yang justru harusnya mengenyam pendidikan formal, justru banyak yang putus sekolah dan memilih untuk mencari uang, tentu faktornya ialah minimnya dukungan dan dorongan orang tua untuk anaknya di bidang akademik, bukan mereka tidak mampu dalam pembiayaan, akan tetapi perhatian orang tua terhadap pendidikan yang sangat rendah. Sehingga penghasilan yang didapat perhari harusnya menjadi biaya anak sekolah, akan tetapi justru dipergunakan untuk kesenangan yang bersifat sementara, wajar saja jika kemaksiatan merajalela seperti minum-minuman keras, perjudian, main perempuan, dan lain sebagainya dan tak jarang terjadi keributan antar satu sama lain.

Akibat yang kedua ialah lalai dalam meningkatkan taraf hidup yang lebih baik. Contoh fenomena yang berada di wilayah Ujung Bom adalah banyak rumah yang didirikan diatas laut dengan kayu atau papan, sehingga tidak adanya surat-surat tanah atau tidak adanya bayar pajak/ PBB. Dengan fenomena demikian, melahirkan sikap acuh tak acuh dalam pola pikir masyarakat Ujung Bom. Karena mereka tidak dipusingkan dengan bayar pajak rumah, penghasilan perhari yang didapat akan habis pada hari itu juga. Sehingga paham hedonism (gelamor) senantiasa menjadi budaya di kalangan masyarakat Ujung Bom.

Akibat yang ketiga adalah sikap lalai dengan masa depan anak-anaknya. Pada umumnya masyarakat kota adalah masyarakat yang berpendidikan dengan minimal lulus SLTA/Sederajat bahkan lulus Perguruan Tinggi sebagai syarat mendapatkan pekerjaan yang layak dan meningkatkan status sosial keluarga menjadi lebih baik. Namun hal ini kurang berlaku bagi masyarakat Ujung Bom, rendahnya motivasi belajar dan minimnya dukungan keluarga menjadi sebab kurangnya perhatian orang tua kepada anak terhadap pendidikan. Sehingga tak jarang anak-anak di Ujung Bom justru ikut orang tuanya menjadi kuli panggul ikan yang berada di pasar Gudang Lelang. Hal demikian yang melahirkan slogan *yang penting dapat uang*.

Dari fenomena masyarakat Ujung Bom inilah pada akhirnya mereka tersingkirkan dan ter-marjinal-kan oleh kondisi, karena rendahnya kesadaran masyarakat dan kurangnya perhatian dari pemerintah setempat. Slogan *yang*

penting makan adalah mindset yang tertanam pada masyarakat Ujung Bom kelurahan kangkung.

Melihat kondisi demikian harus ada upaya yang pasti untuk mengawal perubahan pada masyarakat Ujung Bom kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung. Untuk mengawal perubahan tersebut Dakwah Persuasif adalah pilihan yang tepat.

Peran Dakwah disini dibutuhkan dalam upaya membentuk kepribadian yang kokoh seperti yang dicontohkan Rasulullah SAW. Dakwah Juga bertujuan menghadapi dan mengatasi krisis moral yang melanda umat Islam. Karena semakin jauh manusia dari ajaran agama bisa berakibat pola pikir dan hidup manusia dipenuhi dengan bisikan-bisikan negatif yang timbul dari dalam maupun lingkungannya. Hal demikian bisa mengantarkan manusia pada perbuatan serakah, kerusakan, pemuasan hawa nafsu dan kedengkian. Karena tujuan inilah mengapa dakwah begitu penting peranannya dalam pembinaan keagamaan manusia pada umumnya dan kelompok masyarakat marginal perkotaan pada khususnya.

Islam mengajarkan bahwa dakwah berlangsung sepanjang zaman, mulai dari nabi Muhammad SAW, hingga akhir zaman. Tujuan dakwah adalah memerintahkan yang *ma'ruf* dan melarang yang *mungkar* untuk mencari ridha Allah SWT dengan cara yang baik. Islam adalah agama yang baik dan harus disebar luaskan dengan baik pula.

Dakwah islam dilaksanakan baik dengan ucapan lisan, tulisan karangan, maupun dengan berupaya memberikan contoh yang baik dalam kehidupan umat manusia. Untuk bisa menyampaikan pesan kepada komunikan dakwah (mad'u) secara jelas, diperlukan pengetahuan tentang karakteristik mad'u secara individual dalam konteks dakwah. Allah SWT. Berfirman :

فِيهِمْ وَقُلُوعُهُمْ عَنْهُمْ فَأَعْرِضْ قُلُوبِهِمْ فِي مَا اللَّهُ يَعْلَمُ الَّذِينَ أَوْلَيْكَ
بَلِيغًا قَوْلًا أَنْفُسِهِمْ

Artinya : “Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka Perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.” (Qs. An-Nisa : 63)

Dakwah merupakan bagian dari tugas setiap muslim, dalam beberapa ayat al-Qur'an disebutkan bahwa dakwah menuju jalan Allah SWT hukumnya wajib. Kewajiban ini didasari perintah melaksanakan dakwah disampaikan dengan bentuk *fi'il amr*, yaitu perintah secara langsung sebagaimana yang terdapat dalam surat An-Nahl ayat 125.

سَنُهِىَ بِالَّتِي وَجَدَ لَهُمُ الْحَسَنَةَ وَالْمَوْعِظَةَ بِالْحِكْمَةِ رَبِّكَ سَبِيلَ إِلَى أَدْعُ
بِالْمُهْتَدِينَ أَعْلَمُ وَهُوَ سَبِيلُهُ عَنْ ضَلَّ بِمَنْ أَعْلَمُ هُوَ رَبُّكَ إِنَّ أَحَدَ

Artinya : *“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik pula. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”* (QS. An-Nahl : 125)

Surat An-Nahl ayat 125 mengandung pengertian bahwa dakwah merupakan proses berperilaku ke-Islaman yang melibatkan unsur da’I, pesan, uslub (metode), wasilah (media), mad’u (yang didakwahi), dan tujuan.

Dalam ilmu komunikasi, kita mengenal istilah komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang bersifat mempengaruhi audience atau komunikannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikatornya. “Menurut K. Anderson, komunikasi persuasif didefinisikan sebagai perilaku komunikasi yang mempunyai tujuan mengubah keyakinan, sikap atau perilaku, individu atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan”.

Persuasifitas mengarah pada sejauh mana pesan-pesan dan aktifitas dakwah dapat mempengaruhi dan meyakinkan jamaah dakwah. Suatu komunikasi dakwah berdaya panggil secara berbeda pada jiwa orang yang diserunya. Ada daya panggil besar yang namun ada pula yang berdaya panggil kecil. Sekecil apapun daya panggil dakwah, selayaknya dipahami sebagai efek dari kegiatan komunikasi dakwah.

Penyebarluasan islam ke Nusantara juga tercatat sebagai hasil dari proses asimilasi kehidupan melalui jalan dakwah yang dilakukan oleh Walisongo (Sembilan wali). Dakwah islam yang mereka lakukan itu lebih

dititik beratkan kepada ajaran hati (tashawuf), sehingga dapat menyentuh hati dan membina kepribadian muslim yang lemah lembut.¹¹

Jadi dapat disimpulkan bahwa dakwah persuasif adalah proses mempengaruhi mad'u dengan pendekatan psikologis, sehingga mad'u mengikuti ajakan da'i tetapi merasa sedang melakukan sesuatu atas kehendak sendiri (tidak dipaksakan).¹² Proses komunikasi dakwah persuasif bertujuan mengubah sikap, pendapat, dan perilaku. Menurut Ilahi (2011) kegiatan persuasif merupakan kegiatan psikologi untuk mempengaruhi pendapat, tindakan dan sikap dengan menggunakan manipulasi psikologis, sehingga individu tersebut bertindak atas kehendaknya sendiri.¹³

Aktivitas dakwah persuasif akan melahirkan AIDDA yaitu *attention, interest, desire, decision, action*. Artinya kegiatan dakwah akan dapat menghasilkan hasil yang maksimal jika pelaku dakwah berusaha membangkitkan attention (perhatian), kemudian interest (minat), desire (hasrat), decision (keputusan), dan action (menggerakkan untuk berbuat) sesuai dengan harapan pelaku dakwah.¹⁴

Aktifitas dakwah merupakan salah satu strategi untuk membentuk perubahan kepada masyarakat ke arah yang lebih baik, dan sebagai proses membentuk masyarakat yang islami, dan proses dakwah haruslah berpedoman

¹¹Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010) h. 62-65

¹² Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Malang: Madani Press, 2014) h. 167

¹³ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Rosda, 2011) h. 125

¹⁴ Fauziah, dkk, *Psikologi Dakwah*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009) h.150

pada Al-qur'an dan Al-hadist. Agar pesan dakwah itu bisa diterima oleh para mad'u maka perlu menggunakan metode ataupun cara berkomunikasi dalam melakukan dakwah, salah satunya yaitu dengan cara komunikasi persuasif.

Berhasil tidaknya suatu komunikasi tergantung dari lima elemen dasar, bagaimana komunikator bisa mempengaruhi komunikannya, sehingga bisa bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator, bahkan bisa merubah sikap dan perilaku dari komunikannya. Komunikasi atau dakwah persuasif sering dilakukan para da'i dalam melaksanakan dakwahnya. Dengan tujuan dapat mengubah pola pikir, sikap dan perilaku mad'u ke arah yang lebih baik termasuk dalam menyikapi masyarakat marjinal.

Usaha untuk mempengaruhi pendapat, pandangan, sikap ataupun tingkah laku seseorang dapat ditempuh dengan cara koersif dan persuasif. Koersif, yaitu dengan cara paksaan bahkan disertai dengan terror yang dapat menekan batin. Sedangkan persuasif, yaitu tanpa adanya paksaan dengan mempengaruhi jiwa seseorang sehingga dapat membangkitkan kesadarannya untuk menerima dan menerima suatu tindakan.¹⁵ Persuasif berasal dari istilah bahasa Inggris persuasion. Persuasion dapat diartikan sebagai membujuk, merayu, meyakinkan, dan sebagainya. Baik koersif ataupun persuasif keduanya bertujuan mengubah perilaku, kepercayaan, dan sikap. Bedanya ialah terletak

¹⁵Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah, Kencana, Jakarta, 2009, h. 446

pada cara penyampaian.¹⁶ Contohnya dakwah persuasif yaitu dakwah yang disampaikan oleh Rasulullah saat-saat awal kenabian dan merekrut beberapa sahabat untuk masuk Islam, yaitu dengan pengarahan, bimbingan, dan bersifat jangka panjang.

Sehingga dapat dikatakan Dakwah Persuasif adalah proses kegiatan yang mempengaruhi jiwa seseorang (mad'u) sehingga timbul kesadarannya sendiri untuk mengikuti ajakan pendakwah (da'i) dengan cara halus atau tanpa paksaan.

Melihat fenomena ini, maka memerlukan komunikasi yang baik. Artinya strategi dakwah seorang da'i menghadapi masyarakat marjinal harus tepat dan efektif, sehingga dapat diterima oleh mad'u demi tercapai keberhasilan dakwah. Keuletan tekad mencapai tujuan dan keberhasilan harus terjalin dengan indah, harus ada aturan main yang sama –sama disenangi, pola, dan kerjasama yang baik.

Berangkat dari uraian tersebut di atas, maka penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai permasalahan dan menyusunnya dalam skripsi dengan judul **Dakwah Persuasif Pada Masyarakat Marjinal Di Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung.**

D. Rumusan Masalah

¹⁶Totok Jumanoro, Psikologi Dakwah Dengan Aspek-aspek Kejiwaan yang Qur'ani Amzah, Jakarta, 2001, h. 148

1. Apasaja tahap Dakwah Persuasif da'i pada masyarakat marjinal UjungBom kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Bandar Lampung?
2. Bagaimana pelaksanaan Dakwah Persuasif da'i terhadap masyarakat marjinaldi Ujung Bom kelurahan Kangkung kecamatan Teluk Betung Selatan Bandar Lampung?

E. Tujuan dan ManfaatPenelitian

Yang menjadi tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui upaya Dakwah Persuasif yang dilakukan da'i terhadap masyarakat marjinal.
2. Untuk mengetahui tujuan Dakwah Persuasif Da'i pada masyarakat marjinal di Ujung Bom kelurahan Kangkung kecamatan Teluk Betung Selatan Bandar Lampung.

Sedangkan manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah manfaat secara teoritis dan secara praktis,yaitu :

1. Secara teoritis : memberikan informasi kepada seluruh pihak yang menjadiobjek dari penelitian ini, sehingga hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagaisumbangsih pemikiran tentang Dakwah Persuasif Da'i pada masyarakat marjinal di Ujung Bom kelurahan Kangkung kecamatan Teluk Betung Selatan Bandar Lampung.

2. Secara praktis : dapat dijadikan sebagai acuan bagi pemegang kebijakan / pemerintah atau instansi terkait untuk sosialisasi kepada masyarakat tentang pandangan yang benar dari semua masalah di atas.

F. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindarkan dari tindak plagiarism peneliti melakukan penelusuran terhadap penelitian yang relevan dengan dakwah persuasif atau komunikasi persuasif pada masyarakat marjinal.

Beberapa penelitian yang relevan dengan dakwah persuasif pada masyarakat marjinal sebagai berikut :

Pertama, skripsi Irawati Jurusan Sosiologi agama Fakultas Ushuludin UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2007 yang berjudul “Bagaimana Ramadhan di Mata Masyarakat Marjinal”¹⁷ mengangkat beberapa permasalahan diantaranya tentang kegiatan dan keberagaman komunitas pemulung selama dan setelah bulan ramadhan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada kegiatan yang signifikan pada bulan Ramadhan. Akan tetapi mereka berusaha untuk memenuhi kewajiban di bulan Ramadhan. Hal ini menunjukkan bahwa bulan Ramadhan memiliki pengaruh yang kuat terhadap komunitas pemulung dan menjalani proses keberagaman mereka.

Kedua penelitian Ahmad Arifin dalam *Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, Vol. IV No. 2 Desember 2003 dengan judul “Agama dalam kehidupan

¹⁷Irawati, “Bagaimana Ramadhan di Mata Masyarakat Marjinal” Skripsi jurusan Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2007)

pemulung di TPS Tambak Boyo, Condong Catur, Sleman, Yogyakarta”.¹⁸

Penelitian ini membahas tentang karakteristik masyarakat pemulung yang ada di TPS Tambak Boyo, Condong Catur, Sleman, Yogyakarta. Di dalam jurnal ini juga dikupas berbagai persoalan yang ada di kalangan pemulung berkaitan dengan ekonomi yang di korelasikan dengan keberagaman masyarakat pemulung yang dipengaruhi oleh faktor internal, yakni kurangnya ilmu pengetahuan agama dari masing-masing individu dan konsekuensi dari kurangnya ilmu pengetahuan pada umumnya dan faktor eksternal, yakni kurangnya perhatian dari pemerintah setempat.¹⁹

Ketiga skripsi Maftuh Jurusan Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2015 yang berjudul “Proses Interaksi Sosial Masyarakat Marjinal (Studi kasus Komunitas Ledhok Timoho, Yogyakarta),” mengangkat berbagai permasalahan diantaranya adalah proses interaksi masyarakat marjinal dari segi internal dan eksternal. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya keberhasilan dan penghambat yang tentu memiliki beberapa faktor, faktor pertama ialah proses interaksi yang baik karna terjalinnya kerjasama yang baik karna adanya kegiatan gotong royong, dan lain-lain, kemudian faktor lainnya ialah kesamaan nasib atau faktor kebiasaan hidup yang sudah terbentuk, sedangkan faktor penghambatnya ialah

¹⁸Ahmad Arifin “Agama dalam kehidupan Pemulung di TPS Tmbak Boyo, Condong Catur, Sleman, Yogyakarta,” dalam Aplikasi; Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama, Vol. IV, No. 2 Desember 2003, h. 102-122

¹⁹Ahmad Arifin,”Agama dalam kehidupan pemulung di TPS Tambak Boyo...,h. 121

faktor kemiskinan, dan anggota komunitas Ledhok Timoho tidak tertib aturan yang sudah disepakati.

Dari tinjauan pustaka di atas, maka yang menjadi perbedaan penelitian penulis adalah Permasalahan penelitian. Peneliti pertama (Irawati) mengangkat masalah kegiatan Ramadhan, peneliti kedua (Ahmad Arifin) mengangkat masalah agama dalam kehidupan pemulung, sedangkan peneliti ketiga (Maftuh) mengangkat masalah proses interaksi sosial. Sedangkan penulis mengangkat permasalahan dakwah persuasif.

G. Metode Penelitian

Agar penyusunan penelitian dapat berjalan dengan yang diharapkan maka diperlukan metode yang sesuai dengan permasalahan yang dibahas dan relevan dengan teknik penulisan ilmiah.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dalam kancan kehidupan yang sebenarnya.²⁰ Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian adalah dakwah persuasif pada masyarakat marjinal di Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung.

b. Sifat Penelitian

²⁰Sutrisno Hadi, Metode Research, (Yogyakarta : Fakultas psikologi UGM, 1994). h. 142

Dilihat dari sifatnya termasuk dalam penelitian Deskriptif, yang maksudnya adalah penelitian yang semata-mata melukiskan suatu objek tertentu atau peristiwa tertentu.²¹ Dalam hal ini penulis hanya mengungkapkan data sesuai dengan apa adanya, guna memberikan penjelasan dan jawaban terhadap pokok yang sedang diteliti.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keadaan dan jumlah objek penelitian secara keseluruhan yang memiliki karakteristik tertentu.²² Adapun populasi dari penelitian ini adalah keluarga Pra Sejahtera masyarakat Ujung Bom kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Bandar Lampung antara lain di RT 1 berjumlah 20 KK, RT II berjumlah 15 KK dan RT III berjumlah 25 KK. Maka jumlah populasi adalah 60 KK.

b. Sampel

²¹Hafied Changara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2000), h. 19

²²Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonometeorologi Dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2001), h. 125

Sampling adalah proses pemilihan sejumlah individu (objek penelitian) untuk suatu penelitian sedemikian rupa sehingga individu-individu (objek penelitian) tersebut merupakan perwakilan kelompok yang lebih besar pada mana objek itu dipilih²³ dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah *non random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak semua anggota populasi diberi kesempatan untuk dipilih menjadi sampel. Untuk lebih jelasnya teknik *non random sampling* yang penulis gunakan adalah *purposive sampling* (*sampel purposif*) yaitu pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut pautnya dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya²⁴.

Berdasarkan pendapat diatas kriteria atau ciri-ciri tersebut, yang sudah penulis tentukan untuk mewakili sampel dalam penelitian ini sebanyak 10 orang dan 2 orang da'i.

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka penelitian ini dihimpun data dari lokasi penelitian dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yakni sebagai berikut:

a. Teknik Interview

²³ *Ibid*, h.160

²⁴ Rosadi Ruslan, S.H.,M.M *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafinda Persada), h. 20

Teknik Interview menurut J.B Sykes adalah sebagai berikut : “*Meeting of person face to face* “. ²⁵

Maksudnya adalah: Mewawancarai seseorang dengan tatap muka. Artinya yang dimaksud interview adalah melakukan wawancara antara seseorang dengan orang lain. Dalam penelitian ini digunakan teknik interview bebasterpimpin, yakni disiapkan beberapa pertanyaan yang akan disajikan, akan tetapi tidak disediakan jawaban. Adapun yang diinterview antara lain: 10 KK dan 2 orang da'i.

b. Teknik Observasi

Teknik Observasi menurut Pauline V. Young : “ *Observation May be defined as systematic viewing coupled with consideration of the seen phenomena* ”. ²⁶ Maksudnya observasi diartikan sebagai sistematis pandangan dengan memperhatikan gejala-gejala yang tampak.

Jadi observasi adalah mengamati atau mencatat secara sistematis mengenai keadaan yang diselidiki. Adapun yang diobservasi adalah dakwah persuasif pada masyarakat marjinal di Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung.

Jenis observasi menurut S. Nasution ada dua macam yakni : “ 1) Dengan partisipasi pengamat jadi sebagai partisipan atau (2) Tanpa

²⁵J.B Sykes, *The Concise Oxford Dictionary Of Current*, English, London, 1976, h.566.

²⁶Pauline V. Young, *Scientific Social Surveys and Research*, Prentice Hall, New Delhi, 1973, h.161.

partisipasi pengamat jadi sebagai non partisipan”.²⁷ Dalam penelitian ini digunakan observasi non partisipan artinya penulis tidak ikut dalam bagian dari kelompok yang diteliti.

a. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Koentjaraningrat dipahami sebagai berikut :

Sejumlah besar data yang tersedia adalah data verbal seperti yang terdapat dalam surat-surat, catatan harian, kenang- kenangan (memoirs) laporan-laporan dan sebagainya... kumpulan data verbal yang berbentuk tulisan ini disebut dokumen dalam arti yang sempit. Dokumen dalam arti luas juga meliputi monumen, foto, tape, dan sebagainya”.²⁸

Dokumentasi adalah suatu data yang telah tersedia dan dibukukan sehingga apa yang diperlukan hanya melihat dalam dokumen yang telah tersedia, dokumen ini memuat semua hal-hal yang telah terjadi. Hal ini sesuai dengan pendapat Suharsini Arikunto bahwa: ” Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, leger, agenda, dan sebagainya”.²⁹

4. Metode Pengolahan Data.

Data yang diperoleh dari lapangan dianalisis dengan menggunakan caraberpikirinduktif, sebagaimana yang dikemukakanolehKomaruddinsebagaiberikut:

²⁷S. Nasution, *Metode Research*,Jemmars, Bandung , 1991,h.145.

²⁸Koentjaraningrat, ed, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Gramedia, Jakarta, 1990, h.46.

²⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Reneka Cipta, Jakarta, 1991, h.188.

“Keputusan baru yang bersifat umum (Universal) yang didapat dari keputusan-keputusan yang bersifat khusus. Keputusan yang khusus ini berupa keputusan tunggal (singular) atau keputusan particular”.³⁰ Sedangkan menurut Sutrisno Hadi berpikir induktif adalah: “Berangkat dari fakta-fakta atau peristiwa-peristiwa yang khusus konkret itu ditarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum”.³¹

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, diperoleh kejelasan bahwa berpikir induktif adalah fakta-fakta atau peristiwa-peristiwa yang khusus kemudian ditarik menjadi suatu kesimpulan yang bersifat umum.

Penelitian ini dilaksanakan adalah untuk menjawab persoalan-persoalan yang ada, di samping untuk mendeskripsikan fenomena sosial atau fenomena natural. Analisa data merupakan proses yang berlangsung secara berkesinambungan yang dapat dilaksanakan pada hampir semua fase.

Peneliti melakukan analisis data secara menyeluruh yaitu: Analisis pada saat pengumpulan data yang dapat memberikan keberuntungan bahwa penelitian tidak mudah lupa akan karakteristik data yang telah diperoleh atau terkumpul. Analisa data yang dilakukan di lapangan juga dapat dimanfaatkan untuk memperbaiki proses pengumpulan data berikutnya, sehingga dapat menjangkau data yang lebih banyak lagi serta akurat.

Analisis data kualitatif ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh dengan langkah-langkah yang ditempuh dalam penelitian ini terdiri dari tiga

³⁰Komaruddin, *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis*, Angkasa, Bandung, 1987, h. 150.

³¹Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Yasbit Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta, 1989, h. 42.

aktivitas yang berlangsung secara bersamaan. Ketiga aktivitas tersebut adalah: (1). Reduksi data, (2). Penyajian data, dan (3). Penarikan kesimpulan atau pembuktian.

Ketiga alur aktifitas tersebut saling keterkaitan satu dengan lainnya dalam analisis data. Paparan secara rinci ketiga aktifitas tersebut sebagai berikut:

a. Reduksi data.

Aktivitas reduksi data adalah mengolah data mentah yang dikumpulkan dari hasil wawancara, tanya jawab dan observasi serta dokumentasi, lalu diklasifikasikan atau dikelompokkan sesuai dengan jenis permasalahannya.

b. Penyajian data.

Setelah data direduksi maka dalam tahapan penyajian ini atau tahapan pokok maka peneliti akan menyajikan data dengan teks yang bersifat naratif dan menjelaskan temuan-temuan di lapangan untuk dijadikan sebuah teori baru yang aktual.

c. Penarikan kesimpulan/pembuktian.

Dalam tahap ini tentunya penulis mengambil suatu kesimpulan tentang permasalahan yang diteliti sehingga mendapat sebuah teori baru dan tentunya akan memberikan sebuah karya untuk menjadi salah satu referensi ilmu pengetahuan terkait dengan dakwah persuasif pada

masyarakat marjinal di Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung.

Seluruh data yang diperoleh melalui wawancara, observasi maupun studi dokumentasi tentang dakwah persuasif pada masyarakat marjinal di Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung yang akan digunakan untuk menarik kesimpulan dan memberikan sumbangsih pemikiran di masa yang akan datang.



BAB II

DAKWAH PERSUASIF DAN MASYARAKAT MARJINAL

A. DAKWAH

1. Pengertian Dakwah

Pengertian dakwah dalam bahasa Arab merupakan bentuk masdar dari kata kerja (*fi'il*) *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang berarti menyeru, memanggil dan mengajak.³² Dakwah dalam bahasa Indonesia dipahami sebagai “ajakan, seruan, panggilan, dan undangan kepada ajaran tuhan”.³³

Secara terminology (istilah), pengertian dakwah akan dikemukakan oleh beberapa pendapat para tokoh yang akan memberikan pengertian menurut sudut pandang masing-masing, yaitu sebagai berikut :

- a. Prof. Toha Yahya Omar mendefinisikan dakwah sebagai usaha mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.³⁴
- b. Drs. Hamzah Yaqub dalam bukunya publistik islam, memberikan pengertian dakwah sebagai usaha mengajak manusia dengan hikmah

³² Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia*, (Jakarta: PT Hidakarya Agung, 1989), h. 127

³³ Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Widjaya, 1992), h. 1

³⁴ *Ibid*, h.1

kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah SWT dan Rasul-Nya.³⁵

c. Drs. Arifin M.Ed mendefinisikan dakwah sebagai sesuatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai *massage* yang disampaikan kepadanya tanpa adanya unsure paksaan.³⁶

d. Syaikh Ali Mahfudh mendefinisikan bahwa inti dari dakwah adalah mengajak manusia kepada ajaran Allah agar mereka bahagia di dunia dan akhirat.³⁷

Bila dipahami dari berbagai sudut pandang terlihat bahwa esensi dakwah islam sesungguhnya kegiatan dan upaya mengajak manusia atau orang lain agar kembali kepada kesucian, agar menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya secara utuh dan menyeluruh.

Dasar Hukum Dakwah Keberadaan dakwah sangat urgen dalam Islam. Antara dakwah dan Islam tidak dapat dipisahkan yang satu dengan yang lainnya. Sebagaimana diketahui, dakwah merupakan suatu usaha untuk mengajak, menyeru, dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang

³⁵ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), h. 19

³⁶ H.M. Arifin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), cet. Ke-3, h. 6

³⁷ Syaikh Ali Mahfudh, *Hidayah Al-Mursyidin* (Daar: Al-Ma'rif), h. 17

pada ajaran Allah guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Usaha mengajak dan mempengaruhi manusia agar pindah dari suatu situasi ke situasi yang lain, yaitu dari situasi yang jauh dari ajaran Allah menuju situasi yang sesuai dengan petunjuk dan ajaran-Nya.³⁸

Setiap muslim diwajibkan menyampaikan dakwah Islam kepada seluruh umat manusia, sehingga mereka dapat merasakan ketentraman dan kedamaian. Hal ini berdasarkan firman Allahal-Qur'an surah Ali Imran ayat 104:

لَيْكَ الْمُنْكَرُ عَنْ وَيَنْهَوْنَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَأْمُرُونَ الْحَيْرَ إِلَى يَدْعُونَ أُمَّةً مِنْكُمْ وَلَتَكُنْ

الْمُفْلِحُونَ هُمُ وَأُو

Artinya :“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah yangmunkar; merekalah orang-orang yang beruntung.” (QS.al-Ali Imran: 104)

Dalam hal ini Rasulullah sendiri sebagai pembawa risalah dan hamba Allah yang ditunjuk sebagai utusan Allah telah bersabda kepada umatnya untuk berusaha dalam menegakkan dakwah..“Barang siapa diantara kamu melihat kemunkaran maka hendaklah ia merubah dengan tangannya, jika tidak kuasa maka dengan lisannya, jika tidak kuasa dengan lisannya maka

³⁸H.M. Arifin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), cet. Ke-3, h. 10

dengan hatinya, yang demikian itu adalah selemah-lemahnya iman.” (HR. Muslim) Hadits di atas menunjukkan perintah kepada umat Islam untuk melakukandakwah sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Apabila seorang muslim mempunyai sesuatu kekuasaan tertentu maka dengan kekuasaannya itu ia diperintah untuk mengadakandakwah. Jika ia hanya mampu dengan lisannya maka dengan lisan itu ia diperintahkan untuk mengadakan seruan dakwah, bahkan sampai diperintahkan untuk brdakwah dengan hati, seandainya dengan lisan pun ternyata ia tidak mampu.³⁹

Bahkan dalam hadits Nabi yang lain dinyatakan: “Sampaikanlah dariku walaupun hanya satu ayat.” (HR. Al-Bukhari)

Perintah ini disampaikan Rasulullah kepada umatnya agar mereka menyampaikan dakwah meskipun hanya satu ayat. Ajakan ini berarti bahwa setiap individu wajib menyampaikan dakwah sesuai dengan kadar kemampuannya. Sebagian ulama yang lain berpendapat bahwa hukum dakwah adalah wajib kifayah. Apabila dakwah sudah dilakukan oleh sekelompok atau sebagian orang, maka gugurlah segala kewajiban dakwah atas seluruh kaum muslimin, sebab sudah ada yang melaksanakan walaupun oleh sebagian orang. Hal ini didasarkan pada kata “minkum” yang diberikan pengertian lit tab“ia (sebagian). Yang dimaksud sebagian disini sebagaimana dijelaskan oleh Zamakhsyari, bahwa perintah itu

³⁹Ibid

wajib bagi yang mengetahui adanya kemungkaran dan sekaligus mengetahui cara melaksanakan amar ma'ruf dan nahi munkar. Sedangkan terhadap orang yang bodoh, kewajiban dakwah tidak dibebankan kepadanya. Sebab dia (karena ketidaktahuannya) mungkin memerintahkan pada kemungkaran dan melarang kebaikan, atau mengetahui hukum-hukum di dalam madzhabnya dan tidak mengetahui madzhab-madzhab yang lain.⁴⁰

2. Unsur-unsur dakwah

Unsur-unsur dakwah merupakan pembagian penting dalam berdakwah, disini, terdapat banyak kesamaan yang amat sangat mendasar antara teori yang digunakan para ulama ataupun para cendekiawan muslim dengan teori Laswell S-M-C-R=Ef, maka dalam dakwah ada istilah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (sasaran dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (pesan dakwah), dan *Atsar* (efek).

a. *Da'i* (pelaku dakwah)

Dai adalah individu atau kelompok muslim dan muslimah yang mempunyai keteladanan yang baik dalam mengemban misi Ilm dalam upaya menyeru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari perbuatan yang munkar.⁴¹ Pada prinsipnya setiap seorang mempunyai

⁴⁰ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), h. 25

⁴¹ K.H Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), cet. Ke-1, h. 78

ewajiban untuk menyampaikan dakwah islamiyah, paling tidak untuk dirinya dan keluarga.

Dengan demikian, dapat dipahami setiap seorang yang menyatakan dirinya beragama islam, maka secara otomatis ia memikul suatu kewajiban untuk melaksanakan dakwah islam.

b. Mad'u (sasaran dakwah)

Mad'u merupakan target yang menjadi obyek utama dalam berdakwah. A.H Hasanuddin berpendapat bahwa “Orang yang diseru, dipanggil, atau diundang”.⁴² Berdasarkan pengertian tersebut dapat dipahami, bahwa yang dinamakan dengan mad'u memiliki berbagai kelas dalam social, ekonomi, geografis, profesi, bahkan sampai kepada tingkatan usia dan pengetahuan. H.M Arifin dalam bukunya berjudul *Psikologi Dakwah*, menjabarkan tingkatan yang ada, yaitu :

- 1) Sosiologi, meliputi berbagai lapisan masyarakat, yaitu masyarakat terasing, pedesaan, perkotaan, kota kecil, serta masyarakat marginal dikota besar.
- 2) Struktur kelembagaan, biasanya dikenal dengan istiah priyai, abangan, dan santri. Hal ini banyak ditemukan di daerah masyarakat jawa.

⁴² A.H Hasanuddin, *Rethorika Dakwah dan Publistik Dalam Kepemimpinan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1982), cet. Ke-1, h. 33

- 3) Tingkatan usia, ulai dari yang muda hingga yang tua. Hal ini terjado
Karen dipengaruhi tingkat kedewasaan yang seiring dengan usia.
- 4) Profesi, tingkatan ini biasanya mencakup petani hingga eksekutif.
- 5) Ekonomi, struktur antara yang kaya hingga yang miskin.
- 6) Jenis kelamin (baik pria maupun wanita)
- 7) Masyarakat khusus, tunasusila, tunawisma, tunakarya, narapidana,
dan sebagainya.⁴³

c. Materi dakwah

Materidakwah yang disampaikan oleh da'I tidak lain adalah sesuai dengan islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syari'ah, dan akhlak.⁴⁴

Seorang da'i dituntut untuk memilih dan menentukan topik tertentu yang akan disampaikan kepada mad'u yang mendengarkannya dengan memperhatikan kondisi sera kebutuhan mad'u yang menjadi objek dakwah tersebut, dengan harapan mad'unya dapat memahai betul apa yang disampaikan da'I sehingga mad'u tidak mengalami kesulitan dalam memahamidan mencernanya.

⁴³ H.M Arifin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977), h.13-14

⁴⁴ Wahdi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: logos, 1997),h.33

d. Metode dakwah

Abdul Kadir Munsyi, mengartikan metode sebaga cara untuk menyampaikan sesuatu.⁴⁵ Sedangkan dalam metodologi pengajaran ajaran islam disebutkan bahwa metode adalah “suatu cara yang sistematis dan umum terutama dalam mencari kebenaran ilmiah”.⁴⁶ Metode adalah cara kerja yang sistematis dan teratur untuk pelaksanaan suatu cara kerja.⁴⁷

Dari banyaknya pengertian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa metode adalah sebuah cara yang digunakan dalam menyampaikan sesuatu kepada orang lain dengan tujuan agar tercapainya kesepahaman tentang apa yang disampaikan. Raffifuddin dan M. Abdul Djalil, menguraikan beberapa metode dalam berdakwah, yaitu sebagai berikut :

- 1) *Qoulan Ma'rifan*, dakwah *bil lisan* atau dengan cara berbicara dalam pergaulannya sehari-hari yang disertai dengan misi agamaseperti penyebarluasan islam.
- 2) Dakwah *bil qolam* dengan menggunakan keterampilan tulis menulis berupa artikel.

⁴⁵ Abd. Kadir Munsyi, *Metode Diskusi Dalam Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983),cet. Ke-1 ,h. 29

⁴⁶ Soeleiman Yusuf, slamet Susanto,*Pengantar Pendidikan Sosial* (Surabaya: Usaha Nasional, 1981),h.38

⁴⁷ Paus A. Partanto, M. Dahlan Al-Bahri, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1994), h. 461

- 3) Dakwah *bil hal* dengan menggunakan berbagai kegiatan yang langsung menyentuh kepada masyarakat.
- 4) Dakwah dengan alat-alat elektronik seperti radio, televise, computer, dan dengan alat lainnya yang dapat menunjang berdakwah.⁴⁸

B. DAKWAH PERSUASIF

1. Pengertian dakwahpersuasif

Pengertian Dakwah Persuasif yaitu dengan memengaruhi jiwa seseorang, sehingga dapat membangkitkan kesadaran mad'u untuk menerima dan melakukan tindakan.⁴⁹

Dakwah persuasif memerlukan persiapan yang sungguh-sungguh, sebab persuasif mendasarkan usahanya pada segi-segi psikologis dan yang ingin diraih adalah kesadaran seseorang untuk melakukan sesuatu. Oleh karena itu, dakwah persuasif harus dilakukan oleh orang-orang yang memang memiliki pengetahuan dan keahlian.

Dakwah harus tetap dilakukan sekalipun berhadapan dengan orang yang kemungkinannya sangat kecil untuk berubah. Dakwah lebih dimaksimalkan jika menghadapi mitra dakwah yang keras kepala.

⁴⁸ Raffifuddin, M. Abdul Djalil, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (pusaka setia, 1997), cet. Ke-1 h. 26

⁴⁹ <http://blajakarta.kemenag.go.id/index.php/agama-kehidupan/80-dakwah-multikultural-untuk-merajut-kerukunan-dan-perdamaian>, diakses tanggal 23-7-2018

2. Teknik Persuasif

Teknik persuasif, menurut Severin dan Tankard Jr yang diulas oleh Ali Aziz⁵⁰ adalah sebagai berikut :

a. Pesan Satu-Sisi dan Dua-Sisi.

Sebuah pesan dakwah harus disertai argumen yang menguatkannya. Inilah teknik Pesan Satu-Sisi. Akan lebih kuat jika ditunjukkan kelemahan argumentasi pendapat yang bertentangan dengannya. Inilah teknik Pesan Dua-sisi. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Pesan Satu-Sisi efektif untuk audiensi yang sejak semula telah setuju terhadap pesan tersebut dan Pesan-Dua Sisi efektif untuk mereka yang semula tidak menyetujuinya. Pesan-Satu Sisi efektif untuk orang-orang yang berpendidikan lebih rendah dan Pesan-Dua Sisi efektif untuk mereka yang berpendidikan lebih tinggi.

b. Kredibilitas Sumber

Perubahan sikap seseorang dipengaruhi juga oleh sejauh mana kredibilitas komunikator. Kredibilitas tersebut menyangkut 5 hal :

- 1)Kejujuran.
- 2)Profesionalisme.
- 3)Dinamisme.
- 4)Objektivitas.

⁵⁰M Ali Aziz, Ilmu Dakwah, (pusaka setia, 1997) h. 450

Semakin tinggi kredibilitas pendakwah semakin besar kekuatan pengaruhnya dalam perubahan sikap mitra dakwah.

c. Seruan Rasa Takut

Memengaruhi sikap juga bisa dilakukan dengan membangkitkan rasa takut (fear appeals).

Istilah “*persuasif*” atau dalam bahasa inggris persuasion, berasal dari kata latin persuasion, yang secara harfiah berarti hal membujuk, mengajak, atau meyakinkan.⁵¹ Dalam ilmu komunikasi, kita mengenal adanya komunikasi persuasive, yaitu komunikasi yang bersifat mempengaruhi audience atau komunikannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.

De Vito menjelaskan dalam buku antar manusia sebagai berikut : Pembicaraan persuasif mempertengahan pembicaraan yang sifatnya memperkuat, memberikan ilustrasi, dan menyodorkan informasi kepada khalayak. Akan tetapi tujuan pokoknya adalah menguatkan atau mengubah sikap dan perilaku, sehingga penggunaan fakta, pendapat, dan himbauan motivasional harus bersifat memperkuat tujuan persuasifnya.⁵²

Menurut K. Anderson, komunikasi persuasive didefinisikan sebagai perilaku komunikasi yang mempunyai tujuan mengubah keyakinan, sikap atau perilaku individu atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan. Yang

⁵¹ Mulyana Deddy, *Op.Cit*, h.77

⁵² Ibid, h.78

dikehendaki dalam komunikasi persuasive adalah perubahan perilaku, keyakinan, dan sikap yang lebih mantap seolah-olah perubahan tersebut bukan atas kehendak komunikator akan tetapi justru atas kehendak komunikan sendiri.

Komunikasi persuasive menggunakan informasi tentang situasi psikologis dan sosiologis serta kebudayaan dari komunikan untuk mempengaruhinyadan mencapai perwujudan dari yang diinginkan oleh message. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar komunikasi kita menjadi persuasive atau biasa mempengaruhi orang lain,yaitu :

- a. Komunikator
- b. Pesan
- c. Saluran
- d. Penerima

Komunikator : Agar komunikasi yang dilakukan oleh komuikator menjadi persuasive, maka komunikator harus mempunyai kredibilitas yang tinggi. Yang dimaksud dengan kredibilitas disini adalah komunikator yang mempunyai pengetahuan, terutama tentang apa yang disampaikannya.

Pesan : Adalah hal-hal yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima, yang bertujuan agar komunikan melakukan hal-hal yang disampaikan dalam pesan tersebut.

Saluran : Adalah media atau sarana yang digunakan supaya pesan dapat disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Agar komunikasi bisa

persuasive, maka media atau saluran yang digunakan harus tepat. Saluran atau media harus dipertimbangkan karakteristik kelompok sasaran, baik budaya, bahasa, kebiasaan, maupun tingkat pendidikan, dan lain-lain.

Penerima : orang-orang yang menerima pesan dari komunikator yang biasa disebut dengan komunikan. dalam berkomunikasi, khalayak sasaran komunikan juga perlu menjadi perhatian. Bagaimana karakteristik kelompok sasaran, baik budaya, bahasa, kebiasaan, maupun tingkat pendidikan, dan lain-lain. Sangat dibutuhkan dalam memformulasikan pesan yang disampaikan.⁵³

Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi persuasive sangat banyak digunakan. Seperti iklan, ceramah, himbauan, dan sebagainya. Dalam konteks komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*) komunikasi persuasive juga banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Ada tiga alat utama yang biasa digunakan untuk melakukan komunikasi persuasif, yaitu : sikap (*attitudes*), kepercayaan (*beliefs*), dan perilaku (*behaviors*).⁵⁴

Menurut Ronald L. Applebaum dan Karl W.E. Atanoli (1974) dalam Malik dan Irianta, adalah “persuasive adalah proses komunikasi yang kompleks ketika individu atau kelompok mengungkapkan pesan baik secara

⁵³ Ibid, h.80

⁵⁴ Toto Asmara, *Op.Cit*, h.11

sengaja atau tidak sengaja, melalui caraverbal dan non verbal untuk memperoleh respon tertentu dari individu atau kelompok lain.⁵⁵

Para ahli komunikasi sering kali menekankan bahwa komunikasi persuasive adalah kegiatan psikologi (Jallaludin Rachmat 2000:18).penekanan ini bertujuan untuk mengadakan perbedaan antara persuasif dan koersif. Pada prinsipnya tujuan dari persuasif dan koersif adalah sama,yakni untuk mengubah opini, siap dan prilaku. Hanya saja terdapat perbedaan pada teknik penyampaian pesandilakukan dengan cara membujuk, merayu, dan meyakinkan, mengiming-iming, dan sebagainya, sehingga terjadi kesadaran untuk berubah pada diri komunikan yang terjadi secara suka rela tanpa adanya paksaan. sedangkan pada komunikasi koersif perubahan opini, sikap, dan perilaku terjadi dengan perasaan terpaksa dan tidak senang karena adanya paksaan dari komunikator. Efek pada koersif ini akan berdampak pada timbulnya rasa tidak senang, rasa benci, bahkan mungkin rasa dendam. sedangkan efek dari komunikasi persuasif adalah kesadaran, kerelaan, dan perasaan senang.

Persuasif merupakan bagiandari kehidupan kita setiap hari, maka usaha memahami dan menguasai persuasif baik secara teorotis maupun praktis merupakan kebutuhan yang tidak dapat ditunda.Menurut Joseph A. Haro dalam bukunya *Speaking Persuasively* persuasif adalah pernyataan yang tidak dapat dinafikan dalam kehidupan sehari-hari. Lebih jelasnya lagi menurutnya

⁵⁵ Onong Uchjana Effendi, *Op.Cit.h.37*

:”Anda hidup dalam sebuah dunia yang sarat dengan kata, anda digempur terus oleh pesan-pesan yang dirancang untuk mempengaruhi anda, para pemasang iklan menganjurkan anda untuk membeli produk-produk mereka. Para pengkhotbah menekankan perlunya mengubah cara hidup anda. Para instruktur berusaha membujuk anda untuk memilih studi yang sesuai dengan keahlian mereka. Para pengusaha menjual anda untuk memilih jasa mereka. Sebaliknya anda juga berusaha sebisa mungkin meyakinkan orang tua agar meminjamkan anda kendaraan keluarga. Anda juga membujuk teman-teman anda supaya bertindak sesuai harapan anda”. (Haro dalam Malik dan Irianta, 1981:3)

3. Prinsip dan tujuan komunikasi persuasif

Ada empat prinsip dasar dalam komunikasi persuasif yang dapat menentukan efektivitas dan keberhasilan komunikasinya, yakni sebagai berikut :

- a. Prinsip pemaparan yang selektif (*the selective exposure principle*). Prinsip ini menyatakan bahwa pada dasarnya audiens akan mengikuti hukum pemaparan selektif, yang menegaskan bahwa audiens akan secara aktif mencari informasi yang sesuai dan mendukung opini, keyakinan, nilai, keputusan dan perilaku mereka, dan sebaliknya audiens akan menolak atau menghindari informasi-informasi yang berlawanan dengan opini, kepercayaan, sikap, nilai, dan perilaku mereka.

- b. Prinsip partisipasi audiens (*the audience participation principle*) prinsip ini menyatakan bahwa daya persuasif suatu komunikasi akan semakin besar manakala audiens berpartisipasi secara aktif dalam proses komunikasi tersebut. Bentuk partisipasi bias dalam berbagai bentuk aktivitas, seperti dalam menentukan tema dalam persentasi, membuat slogan, dan lain-lain.
- c. Prinsip Suntikan (*the inoculation principle*). Audiens telah memiliki pendapat dan keyakinan tertentu, maka pembicaraan komunikasi persuasif biasanya dimulai dengan member pembenaran dan dukungan atas keyakinan dan pengetahuan yang dimiliki audiens.
- d. Prinsip perubahan yang besar (*the magnitude of change principle*). Prinsip ini menyatakan bahwa semakin besar, semakin cepat dan semakin penting perubahan yang ingin dicapai, maka seorang da'I mempunyai tugas dan kerja yang lebih besar, serta komunikasi yang dilakukan membutuhkan perjuangan yang lebih besar.⁵⁶

Sedangkan tujuan komunikasi persuasif yang dianggap penting ada dua, yaitu :

- a. Mengubah dan menguatkan keyakinan (*belive*) dan sikap (*attitude*) audiens
- b. Mendorong audiens melakukan sesuatu / memiliki tingkah laku (*behavior*) tertentu yang diharapkan .⁵⁷

⁵⁶ James G. Bobbins dan Barbara S. Jones, *komunikasi yang efektif*, (Jakarta:CV.Pedoman Ilmu jaya,2006),h.16

⁵⁷ *Ibid*,h.21

4. Ciri-ciri komunikasi persuasif

Komunikasi persuasif sebagai suatu jalan memanfaatkan atau menggunakan data dan fakta psikologi dan sosiologi dari komunikasi yang hendak dipengaruhi.

Komunikasi persuasif memiliki ciri-ciri, yaitu :

- a. Kejelasan tujuan
- b. Memikirkan secara cermat orang yang dihadapi
- c. Memilih strategi komunikasi yang tepat⁵⁸

Berdasar ciri-ciri tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Kejelasan tujuan. Tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku.
- b. Memikirkan secara cermat orang yang dihadapi. Sasaran persuasif memiliki keragaman yang cukup kompleks. Keragaman tersebut dapat dilihat dari karakteristik demografis, jenis kelamin, level pekerjaan, suku bangsa hingga gaya hidup.
- c. Memilih strategi komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara pencernaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi.⁵⁹

⁵⁸ Onong Uchjana Effendi, *Op.Cit.* h.39

⁵⁹ *Ibid*, h.40

5. Faktor pendukung dan penghambat komunikasi persuasif

Dalam sebuah komunikasi tentulah terdapat factor-faktor pendukung komunikasi sehingga berjalan efektif, akan tetapi ada juga beberapa faktor penghambat komunikasi yang menyebabkan komunikasi persuasif tersebut tidak dapat berjalan dengan baik.

Adapun faktor pendukung komunikasi interpersonal antara lain ialah :

a. Bila ditinjau dari komponen komunikator, adalah :

- 1) Kepercayaan kepada komunikator (*source credibility*)
- 2) Daya tarik komunikator (*source attractiviness*)

b. Bila ditinjau dari komponen-komponen komunikan, adalah :

- 1) Ia dapat benar-benar mengerti pesan komunikasi
- 2) Pada saat itu ia mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusan itu sesuai dengan tujuan.
- 3) Pada saat itu ia mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusan itu bersangkutan dengan kepentingan pribadinya.
- 4) Ia mampu untuk menempatnya baik secara mental maupun secara fisik.

Akan tetapi masih ada faktor pendukung komunikasi persuasif lainnya, yaitu :

a. Mendengarkan

Mendengarkan komunikasi harus dilakukan dengan pikiran dan hati serta segenapindra yang diarahkan kepada si pendengar.

b. Pernyataan

Komunikasi pada hakikatnya kegiatan menyatakan suatu gagasan (isi hati dan pikiran) dan menerima umpan balik yang berarti menafsirkan pernyataan tentang gagasan orang lain.

c. Keterbukan

Orang yang senantiasa tumbuh, sesuai dengan zaman adalah orang yang terbuka untuk menerima masukan dari orang lain, merenungkan dengan serius dan mengubah diri bila perubahan dianggap sebagai pertumbuhan kearah tujuan.

d. Kepekaan

Kepekaan adalah kemahiran membaca badan, komunikasi yang tidak diucapkan dengan kata-kata.

e. Umpan balik⁶⁰

Sebuah komunikasi baru bernama timbale balik lalu pesan yang dikirim berpantulan, yakni mendapat tanggapan yang dikirim kembali.

Adapun factor penghambat komunikasi sehingga tidak berjalan dengan baik antara lain :

1. Kurangnya perencanaan dalam komunikasi.
2. Perbedaan persepsi
3. Perbedaan harapan
4. Kondisi fisik dan mental yang kurang baik
5. Pesan yang tidak jelas

⁶⁰*Ibid*, h.41

6. Prasangka yang buruk
7. Transmisi yang kurang baik
8. Penilaian atau evaluasi yang premature
9. Tidak adanya kepercayaan
10. Adanya ancaman
11. Perbedaan status, pengetahuan bahasa
12. Distorsi⁶¹

Faktor penghambat komunikasi ini mungkin dapat dikatakan sebagai lawan dari factor pendukung komunikasi diatas. Bilamana di dalam komunikasi ini kurang adanya perencanaan, perbedaan persepsi dan harapan yang samar serta ada ancaman menyebabkan komunikasi tersebut menjadi rusak dan tidak dapat berjalan dengan efektif sesuai dengan yang diharapkan oleh kedua belah pihak.

Selain itu terjadinya suatu hambatan dalam komunikasi menurut Phil Astrid.S. Susanto adalah :

- a. Perbedaan dalam status, pengalaman, dan tugas
- b. Prasangka-prasangka
- c. Kepentingan pribadi yang bertentangan dengan pihak lain
- d. Tantangan terhadap perubahan
- e. Keinginan untuk membantah dan menolak dari pada mengerti
- f. Menjauhi dari apa yang dianjurkan dan tidak mencari jawaban

⁶¹*Ibid*, h.42

g. Perbedaan dalam bahasa.⁶²

Berdasarkan beberapa factor penghambat diatas sebagaimana dikemukakan oleh para ahli, intinya dapat dikatakan bahwa jika disebut sebagai factor penghambat maka ada pula factor pendukung. Bilamana dalam komunikasi ini terdapat perbedaan-perbedaan baik itu persepsi, status, budaya, bahasa, dan sebagainya menyebabkan komunikasi itu menjadi rusak dan tidak dapat berlangsung secara efektif sebagaimana diharapkan oleh komunikan dan komunikator (da'I dan mad'u).

C. MASYARAKAT MARGINAL

Masyarakat marginal adalah kelompok masyarakat yang tersisih atau disisihkan dari pembangunan, sehingga tidak mendapat kesempatan untuk menikmati indahnya pembangunan, dan biasanya lebih dikenal dikalangan umum. Masyarakat marginal adalah kelompok-kelompok social yang dimiskinkan oleh pembangunan, sehingga biasanya masyarakat marginal pun sering mendapatkan tindak kekerasan dari elemen masyarakat lain dan juga sering mendapatkan kekerasan sistematis yang dilakukan oleh negara (penguasa). Masyarakat marginal adalah sekelompok masyarakat kecil pra-sejahtera atau kaum pinggiran. Dalam kata lain masyarakat marginal adalah sekelompok masyarakat kecil yang terpinggirkan.

Masyarakat marginal termasuk kaum miskin yang bercirikan miskin dari segi pangan, ekonomi, pendidikan dan tingkat kesehatan yang

⁶² Phil. Astrid S. Susanto, *Komunikasi Dalam Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), h.89

rendah. Menurut Parsudi Suparlan, bahwa masyarakat marginal adalah mereka yang tidak memiliki tempat tinggal yang tetap, pekerjaan yang tidak layak seperti pemulung, pedagang asongan, pengemis dan lain sebagainya.⁶³

Ciri-ciri masyarakat marginal sebagai berikut :

- a. Tidak mempunyai mata pencarian yang jelas, tetap dan kehidupan mereka tergantung pada situasi serta kondisi yang ada. Atau mempunyai mata pencarian yang tetap tetapi penghasilan yang mereka dapatkan dibawah kebutuhan hidup.
- b. Pola kehidupannya lebih emosional, peka dan sensitive terhadap masalah-masalah yang berkenaan dengan kebutuhan pokok sehari-hari.
- c. Kebanyakan diantara mereka tidak mempunyai tempat tinggal yang tetap dan jelas alias tunawisma, sehingga harus hidup berpindah-pindah.
- d. Tingkat pemahaman, pengetahuan, sikap, dan persepsi tentang keagamaan mereka relative masih rendah.

Melaui pemberdayaan masyarakat yang sistematis, metodologis, dan simultan, pada akhirnya masyarakat marginal salah satu unsure kekuatan pembangunan masyarakat, jika keberadaan dan survivalitas mereka dibina, dijaga, dan dikembangkan melalui system pemberdayaan yang harmonis dan terpadu. Jadi, pemberdayaan atau pengembangan atau tepatnya pengembangan sumber daya manusia adalah : upaya memperluas horizon

⁶³ Parsudi Suparlan, *Orang Gelandangan di Jakarta: Politik Pada Golongan Termiskin dalam Kemiskinan di Perkotaan* (Jakarta: Sinar Harapan, 1984), h.179

pilihan bagi masyarakat. Ini berarti masyarakat diberdayakan untuk melihat dan memilih sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya. Dengan memakai logika ini, dapat dikatakan bahwa masyarakat yang berdaya adalah yang dapat memilih dan mempunyai kesempatan dan mengadakan pilihan-pilihan.⁶⁴ Dalam pandangan islam pemberdayaan harus merupakan gerakan yang damai dan terus dilakukan. Sejalan dengan paradigma islam sendiri sebagai agama gerakan atau perubahan.⁶⁵ Karna pada dasarnya islam adalah agama pemberdayaan.⁶⁶

Disini penulis menggunakan teori fungsi agama. Menurut Hendro Puspito, bahwa ada tiga tantangan-tantangan yang dihadapi manusia diantaranya: ketidakpastian, ketidakmampuan, dan kelangkaan. Untuk mengatasi itu semua manusia lari kepada agama, karena manusia percaya dengan keyakinan yang kuat bahwa memiliki kesanggupan yang definitive dalam menolong manusia. Menurut Hendro Puspito, bahwa agama memiliki beberapa fungsi dalam kehidupan manusia ataupun masyarakat⁶⁷, yaitu sebagai berikut :

⁶⁴ Nanih Machendrawaty, dkk, *Pengembangan Masyarakat Islam* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994), h.42

⁶⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* QS. Al-Ra'd (13): 11 (Depok: Bayan Qur'an, 2009), h. 250

⁶⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* QS. Al-Ma'un (107): 3 (Depok: Bayan Qur'an, 2009), h. 602

⁶⁷ Hendro Puspito, *Sosiologi Agama* (Yogyakarta: Kanisius, 1983), h. 38

a. Fungsi Eduktif (pendidikan)

Ajaran agama yang dianut memberikan ajaran-ajaran yang harus dipatuhi. Ajaran agama secara yuridis berfungsi menyuruh dan melarang. Kedua unsur suruhan dan larangan mempunyai latar belakang mengarahkan bimbingan agar pribadi penganutnya menjadi baik dan terbiasa dengan yang baik menurut ajaran agama masing-masing.⁶⁸

b. Fungsi Pengawasan Sosial (*social control*)

Ajaran agama oleh penganutnya dianggap sebagai norma sehingga dalam hal ini agama dapat berfungsi sebagai pengawasan social secara individu maupun kelompok karena agama secara instansi, merupakan norma bagi pengikutnya dan agama secara dogmatis (ajaran) mempunyai fungsi kritis yang bersifat profetis.

c. Fungsi memupuk persaudaraan

Agama memiliki fungsi dalam menciptakan dan mempersatukan umat manusia agar mereka menemukan ketentraman dan kedamaian. Rasa kesatuan ini membina rasa solidaritas (persaudaraan) dalam kelompok maupun perorangan, bahkan kadang-kadang dapat membina rasa persaudaraan yang kokoh.

d. Fungsi transformative

⁶⁸ Ishomuddin, *Pengantar Sosiologi Agama* (Jakarta: PT. Ghalia Indonesia-UMM Press, 2002), h.

Agama mempunyai fungsi yang dapat mengubah kehidupan kepribadian seseorang atau kelompok menjadi kehidupan baru dan meninggalkan kehidupan yang lama⁶⁹. Kehidupan baru diterimanya berdasarkan ajaran agama yang dipeluknya itu kadangkala mampu mengubah kesetiannya kepada adat atau norma kehidupan yang dianut sebelumnya.

Ajaran agama mendorong dan mengajak para penganutnya untuk bekerja produktif bukan saja untuk kepentingan diri sendiri, tetapi juga untuk kepentingan orang lain. Penganut agama bukan saja hanya disuruh bekerja secara rutin dalam pola hidup yang sama, akan tetapi juga dituntut untuk melakukan inovasi atau penemuan baru.

Agama sebagai suatu kebutuhan dasar manusia, karena agama merupakan sarana untuk membela diri dari segala kekacauan yang mengancam hidup manusia. Hampir semua masyarakat mempunyai agama. Agama mengajarkan pendidikan bagi manusia. Siapa yang dapat mengambil pelajaran dan mengamalkan kepada orang lain serta menerapkan dalam kehidupan sehari-hari, selalu menjalankan perintah dan menjauhi larangan, maka ia akan memperoleh keselamatan di dunia dan akhirat.

Agama juga mempunyai pengaruh sebagai motivasi dalam mendorong individu dalam melakukan aktivitas, karena perbuatan yang dilakukan dengan latar belakang keyakinan agama dinilai mempunyai unsure ketaatan. Keterkaitan ini akan member pengaruh dalam diri seseorang untuk berbuat

⁶⁹ Hendro Puspito, *Sosiologi Agama*, h. 56

sesuatu. Dengan demikian peran agama dalam kehidupan manusia yaitu memenuhi kecenderungan alamiahnya, yakni kebutuhan akan ekspresi.

Agama merupakan factor yang dapat menentukan pembangunan dan motivator untuk mendorong pemeluknya dalam melakukan kegiatan perubahan di berbagai bidang kehidupan. Adapun isi agama itu memberikan arti pada berbagai realitas kehidupan dan psikologis bagi penganutnya dengan demikian mendapatkan suatu bentuk konseptual yang obyektif. Isi agama itu dibentuk oleh realitas dan pada saat yang sama membentuk realitas itu sesuai dengan isi agama.⁷⁰

Fungsi atau peran agama ini mampu membawa perubahan yang lebih baik dan diharapkan mampu mengaktualisasikan secara optimal. Dengan demikian perubahan ekonomi akan lebih maju saat mereka sudah bekerja pada pekerjaan yang lebih baik dari sebelumnya. Sehingga mereka mampu melakukan hubungan social dengan baik di dunia luar atau dunia kerja, serta dapat diterima oleh masyarakat luas. Dengan hal itu, pada akhirnya terbentuk integritas social yang dapat teraktualisasikan dalam kehidupan sehari-hari.

⁷⁰ Bassam Tibi, *Islam Kebudayaan dan Perubahan Sosial* terj. Misbah Zulfa Elizabet dan Zaenal Abas (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1999), h. 15

BAB III

GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

A. Keadaan Umum Kota Bandar Lampung

Kota Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Propinsi Lampung. Oleh karena itu, Selain merupakan pusat kegiatan pemerintahan, sosial, politik, pendidikan, dan kebudayaan, kota ini juga merupakan pusat kegiatan perekonomian daerah Lampung.

Secara geografis Kota Bandar Lampung terletak pada $5^{\circ}20'$ sampai dengan $5^{\circ}30'$ Lintang Selatan dan $105^{\circ}28'$ sampai dengan $105^{\circ}37'$ Bujur Timur. Ibukota Propinsi Lampung ini berada di Teluk Lampung yang terletak di ujung selatan Pulau Sumatera.

Kota Bandar Lampung memiliki luas wilayah $197,22 \text{ Km}^2$ yang terdiri dari 20 kecamatan dan 131 kelurahan. Secara administratif Kota Bandar Lampung dibatasi oleh:

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Teluk Lampung.
3. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Gedung Tataan dan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.
4. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan.

Tabel5. Jumlah Kecamatan dan Kelurahan Kota Bandar Lampung Tahun

2018

NO	KECAMATAN	JUMLAH KELURAHAN (BUAH)
1	BUMI WARAS	5
2	LANGKAPURA	5
3	TANJUNG KARANG PUSAT	7
4	TELUK BETUNG UTARA	6
5	ENGGAL	6
6	PANJANG	8
7	TANJUNG KARANG TIMUR	5
8	WAY HALIM	6
9	KEDAMAIAN	7
10	RAJA BASA	7
11	TANJUNG SENANG	5
12	KEDATON	7
13	SUKABUMI	7
14	TELUK BETUNG BARAT	5
15	KEMILING	9
16	SUKARAME	6
17	TELUK BETUNG SELATAN	11
18	LABUHAN RATU	6
19	TANJUNG KARANG BARAT	7
20	TELUK BETUNG TIMUR	6

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2018

Jumlah penduduk tahun 2018 adalah sebesar 881.801 jiwa terdiri dari 445.959 jiwa (50,57%) penduduk laki-laki dan 435.842 jiwa (49,43%) penduduk perempuan dengan sex ratio sebesar 102%.

Tabel6. Komposisi jumlah penduduk di Kota Bandar Lampung Tahun 2018.

NO	KETERANGAN	JUMLAH	SATUAN
1	JUMLAH PENDUDUK KESELURUHAN	881.801	JIWA
2	JUMLAH PENDUDUK LAKI-LAKI	445.959	JIWA
3	JUMLAH PENDUDUK PEREMPUAN	435.842	JIWA
4	KEPADATAN PENDUDUKA	4.471	JIWA/Km ²
5	SEX RATIO	102	% JIWA

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2018

B. Keadaan Umum Kecamatan Teluk Betung Selatan

Kecamatan Teluk Betung Selatan adalah merupakan sebagian wilayah Kota Bandar Lampung, dengan luas wilayah 1.023 Ha, dan berbatasan dengan:

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Teluk Betung Utara dan Kecamatan Tanjung Karang Timur.
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Teluk Lampung.
3. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Panjang.
4. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Teluk Betung Barat.

Kecamatan Teluk Betung Selatan Secara Administratif dibagi menjadi 11 Kelurahan, yaitu Gedung Pakuon, Talang, Pesawahan, Teluk Betung, Kangkung, Bumi Waras, Pecoh Raya, Sukaraja, Garuntang, Way Lunik, dan

Ketapang. Kecamatan Teluk Betung Selatan secara geografis merupakan wilayah pantai yang membujur dari timur ke arah barat pantai Teluk Lampung.

Berdasarkan angka proyeksi tahun 2018 jumlah penduduk Kecamatan Teluk Betung Selatan mencapai 92.156 jiwa penduduk tetap berdasarkan jenis kelamin, jumlah penduduk laki-laki mencapai 47.123 jiwa lebih besar dibandingkan dengan jumlah penduduk perempuan yang mencapai 45.033 jiwa, sedangkan jumlah rumah tangga di Kecamatan Teluk Betung Selatan mencapai 20.228 KK.

Di wilayah Kecamatan Teluk Betung Selatan adat istiadat pada kalangan masyarakat tidak mengikat, dikarenakan penduduk di wilayah Kecamatan Teluk Betung Selatan terdiri dari bermacam-macam suku, bangsa, dan agama. Agama yang dianut oleh masyarakat Kecamatan Teluk Betung Selatan sebagian besar adalah Agama Islam yaitu sebesar 77.479 jiwa atau 84,5% dari jumlah penduduk. Jumlah tempat ibadah yang ada di Kecamatan Teluk Betung Selatan yaitu: 39 bangunan masjid, 131 bangunan musholla, 5 bangunan gereja, 9 bangunan vihara, dan 1 bangunan pura.

Prasarana kesehatan yang terdapat di Kecamatan Teluk Betung Selatan terdiri dari 27 tenaga kesehatan, 6 poliklinik, 2 puskesmas, 11 puskesmas kelurahan, 5 rumah bersalin, 23 tempat dokter praktek. Adapun pasar tradisional yang terdapat di Kecamatan Teluk Betung Selatan yaitu, Pasar Kangkung (Kliwon), Pasar Gudang Lelang, dan Pasar Cimeng.

C. Keadaan Umum Daerah Penelitian

1. Letak dan luas daerah

Kelurahan Kangkung merupakan salah satu kelurahan di Kecamatan TelukBetung Selatan. Luas daerah Kelurahan Kangkung, yaitu 30,7hektar. Tinggi rata-rata Kelurahan Kangkung dari permukaan laut yaitu 0.50 meter dari permukaan laut.

Jarak antara Kelurahan Kangkungdengan ibukota kecamatan, yaitu 3 km danjarak dengan Ibukota Bandar Lampung, yaitu 5 km. Batasdaerah Kelurahan Kangkungyaitu:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Teluk Betung.
- b. Sebelah selatan berbatasan dengan Laut.
- c. Sebelah timurberbatasan dengan Bumi Waras.
- d. Sebelah baratberbatasan dengan Pesawahan.

2. Keadaan Penduduk

Jumlah penduduk Kelurahan Kangkungpada tahun 2018, yaitu sebesar 12.100jiwa terdiri dari 6.142jiwa (50,8%) penduduk laki-laki dan 5.958(49,2%) penduduk perempuan, sedangkan jumlah rumah tangga di Kelurahan kangkung sebesar 2.900 KK. Dengan demikianmaka angka ketergantungan hidup sebesar 4 orang.

Tabel7.Jumlah penduduk Kelurahan Kangkungmenurut pendidikan.

NO	PENDIDIKAN UMUM/KHUSUS	JUMLAH (JIWA)
1	SARJANA	63
2	SLTA	1.992

3	SLTP	2.380
4	SD	2.142
5	TK	505
6	BELUM SEKOLAH	1.023
7	BUTA HURUF	56

Sumber: Buku Monografi Kelurahan Kangkung, 2018.

Apabila dilihat dari tingkat pendidikan maka jumlah penduduk terbanyak adalah tamat sekolah lanjutan tingkat pertama, yaitu 2.380 jiwa. Walaupun Kelurahan Kangkung termasuk salah satu kelurahan yang ada di Kota Bandar Lampung namun karena Kelurahan kangkung merupakan daerah pantai adalah yang penduduknya sebesar 12,51 persen adalah nelayan yang pola hidupnya kurang mementingkan pendidikan. Jumlah penduduk Kelurahan Kangkung menurut pendidikan dapat dilihat pada Tabel 7. Mata pencaharian penduduk daerah Kelurahan Kangkung sangat beragam hal ini disebabkan daerah Kelurahan Kangkung merupakan daerah perkotaan yang merupakan pusat kegiatan ekonomi.

Tabel 8. Jumlah penduduk Kelurahan Kangkung menurut mata pencaharian

NO	MATA PENCAHARIAN POKOK	JUMLAH (JIWA)	%
1	PNS	30	0,37
2	DAGANG	1.035	12,65
3	NELAYAN	1.023	12,51
4	BURUH	1.020	12,47
5	LAIN-LAIN	5.071	62

Sumber: Buku Monografi Kelurahan Kangkung, 2018.

3. Potensi perikanan

Kelurahan Kungkung memiliki sumberdaya alam potensial dalam hal hasil perikanan. Keadaan ini didukung dari wilayah Kungkung yang terletak di pinggiran garis pantai. Beberapa jenis ikan yang dihasilkan pada tahun 2018 dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Jenis ikan yang dihasilkan di Kelurahan Kungkung.

NO	JENIS IKAN	PRODUKSI (TON/TAHUN)
1	Tongkol	200
2	Kakap	75
3	Tenggiri	150
4	Jambal	40
5	Belanak	50
6	Cumi-cumi	75
7	Bawal	125
8	Baronang	50
9	Kembung	200
10	Ikan Ekor kuning	100
11	Kerapu	75
12	Cucut	20
13	Layur	20
14	Ayam-ayam	40
15	Udang	50
16	Tembang	25

Sumber: Buku Monografi Kelurahan Kungkung, 2018.

Tabel 9 menunjukkan bahwa jenis ikan yang paling banyak dihasilkan yaitu tongkol/cakalang dan kembung sebesar 200 ton/tahun dan yang paling sedikit yaitu ikan layur dan cucut sebesar 20 ton/tahun.

4. Sarana dan prasarana

Sarana dan prasarana yang terdapat di Kelurahan Kungkung terdiri dari sarana dan prasarana transportasi, komunikasi, pengairan, pemerintahan,

peribadatan, olahraga, kesenian, pendidikan, dan industri. Rincian sarana dan prasarana tersebut dapat dilihat pada Tabel10.

Tabel 10.Sarana dan prasarana di Kelurahan Kangkung.

NO	SARANA DAN PRASARANA	JENIS	KETERANGAN
1	SARANA Air Bersih	Sumber Pompa 15 Sumur Gali 20 Hidrant Umum 1 MCK 3 Jamban Keluarga 4 Saluran Drainase	15 Unit 20 Unit 10 Unit 2 Unit 2 Unit 2.800 KK 3 Unit
2	PRASARANA Transportasi Darat	Ojek Becak	10 Unit 20 Unit
3	Komunikasi & Informasi	Telpon TV Parabola	150 Orang 370 Unit 10 Unit
4.	KUD	Simpan Pinjam Pelelangan Ikan BBM Waserda Sewaan ruko Unit Pengadaan alat tangkap ikan	
5.	Kios	Perlengkapan alat tangkap Bahan bakar Es Makanan dan minuman Panjang saluran sekunder Panjang saluran tersier	
6.	Irigasi	Masjid Mushollah Gereja katolik	1000 meter 2.500 meter
7.	Peribadatan	Puskesmas Pembantu Poskeskel Rumah Bersalin	5 Unit 11 Unit 1 Unit
8.	Kesehatan	Posyandu	1 Unit

		Apotek	1 Unit
		Dokter Swasta	1 Unit
		SD	7 Unit
		PLN Listril	1 Unit
9.	Pendidikan		1 Unit
10.	Penerangan		1 Unit
			Ada

Sumber: Buku Monografi Kelurahan Kangkung, 2018.



BAB IV

PEMBAHASAN

A. Tahap Dakwah Persuasif da'i pada Masyarakat Marjinal Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Bandar Lampung

Keberhasilan suatu dakwah dimungkinkan oleh berbagai hal:

1. Pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i memang relevan dengan kebutuhan masyarakat, yang merupakan suatu keniscayaan yang tidak mungkin ditolak, sehingga mereka menerima pesan mesan dakwah itu dengan antusias.
2. Faktor personal da'i, yakni da'i tersebut memiliki daya tarik personal yang menyebabkan masyarakat mudah menerima pesan dakwahnya, meski kualitas dakwahnya boleh jadi sederhana saja.
3. Kondisi psikologi masyarakat yang sedang haus siraman rohani, dan mereka terlanjur memiliki persepsi positif kepada setiap da'i, sehingga pesan dakwah yang sebenarnya kurang jelas ditafsirkan sendiri oleh masyarakat dengan penafsiran yang jelas.
4. Kemasan dakwah yang menarik. Masyarakat yang semula acuh terhadap agama dan juga terhadap da'i setelah melihat paket dakwah yang diberi kemasan lain (misalnya kesenian, stimulasi, atau dalam program-program

pengembangan masyarakat) maka paket dakwah itu berhasil menjadi stimulasi yang menggelitik persepsi masyarakat, dan akhirnya mereka merespon secara positif.

Keadaan mad'u yang sebagian besar adalah nelayan maka dibutuhkan tahap-tahap dalam penyampaian dakwah Islam. Tahap-tahap yang dilakukan oleh da'i di masyarakat marjinal Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Bandar Lampung adalah sebagai berikut :

1. Silaturrahmi

Silaturrahmi merupakan tahap pertama untuk mengenalkan pentingnya agama Islam dalam kehidupan sehari-hari, dimana para da'i bersilaturrahmi ke rumah mad'u. Silaturrahmi ini dilakukan pada mereka tidak melaut.

2. Mengundang untuk mengikuti pengajian

Setelah mereka mengerti akan pentingnya agama Islam dalam kehidupan sehari-hari, mereka diajak untuk mengikuti pengajian di Masjid. Pengajian bukan hanya tentang fikih saja tetapi kajian mencakup semua aspek kehidupan seperti Tauhid, Tajwid, Muamalah dan lain-lain. Pengajian dilakukan seminggu sekali yaitu setiap malam Minggu karena pada malam Minggu mereka berada di rumah masing-masing.

3. Mengadakan kegiatan Peringatan Hari Besar Islam (PHBI)

Peringatan Hari Besar Islam (PHBI) dilakukan karena masyarakat Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Bandar Lampung mayoritas berasal dari pulau Jawa yang kental dengan budaya Islamnya. Peringatan Hari

Besar Islam (PHBI) ini mengajarkan kepada mereka bahwa Islam itu sesuai dengan tradisi yang mereka lakukan seperti Maulid Nabi, Isra Mi'raj, Tahun Baru Hijriyah dan lain-lain.

Kondisi psikologis mad'u yang berbeda-beda menyebabkan tingkat pendekatan persuasif dalam berdakwah juga berbeda-beda, namun untuk mencapai dakwah yang persuasif jelas ada unsur-unsur yang mendukungnya.⁷¹

Unsur-unsur yang mempengaruhi suatu dakwah itu bisa dikatakan persuasif ataupun tidak adalah sebagai berikut:

1. Pribadi da'i
2. Materi dakwah
3. Kondisi psikologi mad'u
4. Korelasi antara ketiga unsur tersebut (Pribadi da'i, Materi dakwah, Kondisi psikologi mad'u).

Untuk membuat dakwah itu persuasif, pertama-tam seseorang da'i harus memiliki kriteria-kriteria yang dipandang positif oleh masyarakat, kriteria tersebut antara lain:

1. Memiliki kualifikasi akademis tentang Islam.

Dalam hal ini da'i sekurang-kurangnya memiliki pengetahuan tentang Al-qur'an dan Al-Hadits, bahwa al-qur'an memiliki fungsi sebagai petunjuk hidup (*hudan*), nasihat bagi yang membutuhkan (*mau'idzah*) dan pelajaran (*'ibratan*),

⁷¹Dr. Sarlito Wirawan Sarwono, *Pengantar Umum Psikologi*(Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1999), h. 15

yang oleh karena itu selalu menjadi rujukan dalam menghadapi segala macam persoalan.

2. Memiliki konsistensi antara amal dan ilmunya.

Seorang da'i sekurang-kurangnya harus mengamalkan apa yang ia serukan kepada orang lain.

3. Santun dan lapang dada.

Sifat santun (*al-hilm*) dan lapang dada yang dimiliki seseorang merupakan indikator dari kekuasaan ilmunya, dan secara khusus kemampuannya mengendalikan akalnya (ilmu-ilmunya) dalam praktik kehidupan.

4. Bersifat pemberani.

Dalam tingkatan tertentu seorang da'i adalah pemimpin masyarakat.

5. Tidak mengharap pemberian orang (*iffah*).

Iffah artinya hatinya bersih dari pengharapan terhadap apa yang ada pada orang lain.

6. Qonah (kaya hati)

Da'i adalah pejuang, dan watak pejuang adalah tabah dalam menghadapi berbagai kesulitan. Salah satu problem kehidupan adalah miskin harta. Da'i yang merasa dirinya miskin biasanya mengidap penyakit rendah hati dan tidak percaya diri.

7. Kemampuan berkomunikasi.

Dakwah adalah mengkomunikasikan pesan kepada *mad'u*. Komunikasi dapat dilakukan dengan lisan, tulisan atau perbuatan, dengan bahasa kata-kata atau dengan bahasa perbuatan (*bilisan al maqal wa bilisan al hal*).

8. Memiliki ilmu bantu yang relevan.

Untuk menjadikan pesan dakwah itu sampai kepada *mad'u* tepat waktu dan sasaran, seorang da'i harus memiliki pengetahuan yang memadai tentang semua hal yang berhubungan dengan masyarakat *mad'u*.

9. Memiliki rasa percaya diri dan rendah hati.

Seorang da'i harus memiliki rasa percaya diri, yakni bahwa selama dakwahnya dilandasi oleh keikhlasan dan dijalankan dengan memakai perhitungan yang benar dan mengharap ridlo Allah, Insya Allah akan membawa manfa'at.

10. Tidak kikir ilmu (khitman al-ilm).

Sejalan dengan sifat kejuangan dan perumpamaan da'i sebagai matahari, seorang da'i dengan senang hati akan menjajakan ilmunya kepada orang yang mau maupun yang tidak mau.

11. Anggun

Betapapun seorang da'i harus aktif bekerja dan berbicara, tetapi keanggunan kepribadiannya harus tetap dijaga.

12. Selera tinggi.

Selera tinggi juga dapat menunjang keanggunan. Seorang da'i yang berselera tinggi artinya ia tidak merasa puas dengan hasil kerja yang tidak sempurna

13. Sabar

Mengajak manusia kepada kebajikan bukanlah pekerjaan yang mudah. Semua Nabi dan Rasul dalam menjalankan tugas risalahnya selalu berhadapan dengan hambatan dan kesulitan.

14. Memiliki nilai lebih.

Manusia cenderung tertarik kepada orang yang memiliki kelebihan dalam bidang apapun. Seorang da'i yang juga berperan sebagai pemimpin haruslah memiliki nilai lebih atau nilai plus dibanding orang lain yang dipimpin.

B. Pelaksanaan Dakwah Persuasif Da'i Terhadap Masyarakat Marjinal di Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung

Secara psikologis, bahasa mempunyai peran yang sangat besar dalam mengendalikan perilaku manusia. Bahasa ibarat remot control yang dapat menyetel manusia menjadi tertawa, marah, sedih, lunglai, semangat, dan sebagainya. Bahasa juga dapat digunakan untuk memasukkan gagasan-gagasan baru kedalam pikiran manusia.

Sebagai pesan, bahasa juga ada psikologinya, misalnya cara berkata seseorang, isyarat tertentu, struktur bahasa yang digunakan dan sebagainya, dapat memberikan maksud tertentu kepada lawan bicara. Jadi, dengan memperhatikan psikologi pesan, bahasa dapat digunakan oleh da'i untuk mengatur, menggerakkan dan mengendalikan perilaku masyarakat.

Al-qur'an memberikan istilah-istilah pesan yang persuasif dengan kalimat “*qaulan layyina, qaulan ma'rifah, qaulan baligha, qaulan sadida, qaulan karima, qaulan maisura, qaulan tsaqilan, dan qaulan 'adzima*”

1. *Qaulan layyina* (perkataan yang lemah lembut)

Menurut Asfihani dalam Mu'jam-nya,⁷²*qaulan layyina* mengandung arti lawan dari kasar, yakni halus dan lembut. Pada dasarnya halus dan lembut itu dipergunakan untuk mensifati benda oleh indera peraba, tetapi kata-kata ini kemudian dipinjam untuk menyebut sifat-sifat akhlak dan arti-arti yang lain. Jadi dakwah yang lemah lembut adalah dakwah yang dirasakan oleh mad'u sebagai sentuhan yang halus tanpa mengusik atau menyentuh kepekaan perasaannya sehingga tidak menimbulkan gangguan pikiran dan perasaan.

2. *Qaulan Baligha* (perkataan yang membekas pada jiwa)

Menurut Ishfihani dalam Mu'jam-nya,⁷³ perkataan yang baligh (membekas atau tajam) mempunyai dua arti:

- a. Suatu perkataan dianggap baligh manakala berkumpul pada tiga sifat, yaitu memiliki kebenaran dari sudut bahasa, mempunyai kesesuaian dengan apa yang dimaksudkan dan mengandung kebenaran secara substansial.
- b. Suatu perkataan dinilai baligh jika perkataan itu membuat lawan bicaranya terpaksa mempersepsi perkataan itu sama dengan apa yang dimaksudkan

⁷²Al- Raghīb al-Ishfihani, *Al-Mufradat fi Gharib al-Qur'an*, h. 60-61

⁷³Ibid

oleh pembicara, sehingga tidak ada celah untuk mengalihkan perhatian kepermasalahan lain.

3. *Qaulan Sadida* (perkataan yang benar)

Term *qaulan sadida*, menurut ibn Manshur dalam lisan al-a'rabnya kata *sadida* yang dihubungkan dengan *qaul* (perkataan) mengandung arti mengenai sasaran (*yusib al-qashda*). Jadi pesan dakwah yang secara psikologis menyentuh hati mad'u siapa pun mad'unya, adalah jika materi yang disampaikan itu benar, baik dari segi bahasa atau pun logika, dan disampaikan dengan pijakan takwa.

4. *Qaulan Karima* (perkataan yang mulia)

Dalam perspektif dakwah, *qaulan karima* diperlukan jika dakwah itu ditujukan kepada kelompok orang yang sudah masuk kategori usia lanjut. Psikologi orang usia lanjut biasanya sangat peka terhadap kata-kata yang bersifat menggurui, menyalahkan apalagi yang kasar, karena mereka merasa lebih banyak pengalaman hidupnya, dan merasa dalam kondisi telah banyak kehilangan kekuatan fisiknya. Oleh karena itu, untuk menjadikan pesan dakwah kepada orang tua itu persuasif, haruslah disampaikan dengan perkataan yang mulia.

5. *Qaulan maisura* (perkataan yang ringan)

Kalimat *Maisura* berasal dari kata *yasr*, yang artinya mudah. *Qaulan Maisura* adalah perkataan yang mudah diterima, yang ringan, yang pantas, yang tidak berliku-liku. Dakwah dengan *qaulan maisura* artinya pesan yang disampaikan itu sederhana, mudah dimengerti dan dapat difahami secara spontan tanpa harus berfikir dua kali.

Para da'i yang berdakwah persuasif terhadap masyarakat marjinal di Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung menggunakan dakwah dengan dakwah bil hal. Salah seorang da'i yang bernama Shobirin berumur 45 Tahun yang penulis wawancarai mengatakan "kalau kita mengajak orang shalat berjamaah di masjid maka sudah melakukannya dahulu sehingga orang tertarik untuk mengikuti kita"

"Ajaklah manusia kepada jalan Allah SWT. dengan hikmah dan dengan cara yang baik dan akhlak yang baik karena Rasulullah SAW memberikan contoh kepada para da'i untuk berdakwah bil hal"⁷⁴Jelaslah bahwa dakwah tidak bersifat memaksa apalagi tindakan intimidasi dan teror. Yang diharapkan dari mad'u adalah persetujuan bukan paksaan, tujuannya adalah meyakinkan bahwa Islam adalah benar. Dakwah adalah membenarkan Islam kepada orang lain dengan cara yang bijaksana, paksaan jelas tidak sesuai juga tidak bijak dan karenanya tidak Islami dan tidak ada satupun cara kekerasan yang dibenarkan oleh Islam dalam menyebarkan ajarannya

Menurut Ali Aziz dalam buku Ilmu Dakwah Edisi Revisi, Dakwah Bil-Hal adalah dakwah dengan aksi nyata.⁷⁵Sedangkan menurut website resmi ormas Muhammadiyah mengatakan dakwah bil-hal yaitu metode dakwah yang lebih

⁷⁴Hasil wawancara dengan Maulana di Masjid Nurul Huda Jumat 28 September 2018 Jam 13.00 WIB

⁷⁵M Ali Aziz, Ilmu Dakwah Edisi Revisi, h. 378

menekankan pada amal usaha atau karya nyata yang bisa dinikmati dan bisa mengangkat harkat, martabat, kesejahteraan hidup kelompok masyarakat.⁷⁶

Dakwah bial-hal merupakan aktivitas dakwah Islam yang dilakukan dengan tindakan nyata atau amal nyata terhadap kebutuhan penerima dakwah.⁷⁷ Selain dengan amal usaha, Dakwah Bil-Hal juga dapat dilakukan dengan cara memberi contoh perilaku yang nyata tentang apa yang disampaikan.

Selain dakwah bil hal, para da'i yang berdakwah persuasif terhadap masyarakat marjinal di Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung juga menggunakan prinsip-prinsip dakwah sebagai berikut :

1. Prinsip Universalitas.

Islam adalah ajaran Tauhid. Kalimat tauhid tiada Tuhan selain Allah adalah landasan universalisme Islam. tidak ada sesuatu kecenderungan kecuali hanya kecenderungan benar kepada-Nya. Semua selain-Nya adalah palsu, mahluk dan lainnya sama dihadapan Allah yang sebenarnya.

Penjelasan lebih lanjut adalah bahwa Islam merupakan rahmat bagi sekalian alam (*rahmatan lil'alam*). Tak hanya umat Islam, tetapi untuk manusia, bahkan tumbuhan, binatang, tanah dan seluruh isinya. Semua sujud dan pasrah kepada Allah termasuk benda-benda, jasad renik dan pepohonan kecuali manusia. Manusia memiliki daya memilih, akal, pikiran dan moral.

⁷⁶Ibid

⁷⁷Samsul,Munir,Amin, Ilmu Dakwah.(Amzah: Jakarta).2009, h.178

Kekuatan dan ketundukan pada daya moral dan akal pikiran inilah yang akan menundukkan manusia, seperti makhluk-mahluk yang telah tunduk sebelumnya. Oleh karenanya dakwah juga ditunjukkan untuk semua manusia, tanpa kecuali termasuk Nabi Muhammad SAW sebagai utusan Allah untuk semesta alam.

Prinsip-prinsip nilai universalitas dapat dilihat juga dalam khotbah terakhir Nabi Muhammad SAW : “semua kalian adalah keturunan Adam dan Adam berasal dari tanah. Orang Arab tidak lebih mulia dibanding non-Arab, begitu pula orang kulit putih atas orang kulit hitam, kecuali ketakwaan imannya..”

Penggalan isi pidato Nabi ini baru menjadi isu aktual para pemimpin dunia sekarang ini, jauh puluhan abad Nabi Muhammad telah mengumandangkannya. Dan semua manusia berkewajiban menanggapi seruan Allah dengan penuh kesadaran dan ketaatan.

2. Prinsip Liberation

Pembebasan disini memiliki dua arti, Pertama bagi da'i yang melaksanakan tugas dakwah harus bebas dari segala ancaman teror yang mengancam keselamatannya, terbebas dari segala kekurangan materi untuk menghindari fitnah yang merusak citra da'i dan harus benar-benar yakin bahwa kebenaran ini hasil penilaiannya sendiri;

Kedua, kebebasan terhadap mad'u sesuai dengan apa yang tercantum dalam penggalan surat Al-Baqarah ayat 256 dan Surat Az-Zumar ayat 39 yang berbunyi :

لَمْ يَفْقَدْ بِاللَّهِ يُؤْمِرُ بِالطَّغُوتِ يَكْفُرُ فَمَنْ أَلْغَىٰ مِنَ الرُّشْدِ تَبَيَّنَ قَدَ الدِّينِ فِي إِكْرَاهٍ لَا

عَلِيمٌ سَمِيعٌ وَاللَّهُ هَا أَنْفَصَامَ لَا الْوُثْقَىٰ بِالْعُرْوَةِ اسْتَمَسَ ﴿٢٥٦﴾

Artinya : “tidak ada paksaan untuk (memasuki) agama (Islam); Sesungguhnya telah jelas jalan yang benar daripada jalan yang sesat. karena itu Barangsiapa yang ingkar kepada Thaghut dan beriman kepada Allah, Maka Sesungguhnya ia telah berpegang kepada buhul tali yang Amat kuat yang tidak akan putus. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.” (QS. Al-Baqarah : 256)

تَعْلَمُونَ فَسَوْفَ عَمِلُ إِنِّي مَكَانَتِكُمْ عَلَىٰ أَعْمَلُوا يَنْقَوْمِ قُلْ ﴿٣٩﴾

Artinya : “Katakanlah: "Hai kaumku, Bekerjalah sesuai dengan keadaanmu, Sesungguhnya aku akan bekerja (pula), Maka kelak kamu akan mengetahui,” (QS. Az-Zumar : 39)

Jelaslah bahwa dakwah tidak bersifat memaksa apalagi tindakan intimidasi dan teror. Yang diharapkan dari mad'u adalah persetujuan bukanpaksaan, tujuannya adalah meyakinkan bahwa Islam adalah benar. Dakwah adalah membenarkan Islam kepada orang lain dengan cara yang bijaksana, paksaan jelas tidak sesuai juga tidak bijak dan karenanya tidak Islami dan tidak ada

satupun cara kekerasan yang dibenarkan oleh Islam dalam menyebarkan ajarannya.

3. Prinsip Rasionalitas

Abad modern adalah abad ilmu pengetahuan dan teknologi. Segala aktivitas manusia berpangkal pada sejauh mana penggunaan rasionalitas seseorang. Apakah seorang da'i telah menggunakan pendekatan-pendekatan rasional dalam menyampaikan dakwahnya sesuai kebutuhan mad'u atau terus menerus masih menggunakan pendekatan-pendekatan dogmatik dan menjejali mad'u dengan materi-materi yang sudah *out of date*. Prinsip rasionalitas merupakan respon asasi terhadap masyarakat yang menggunakan prinsip amal hidupnya dengan prinsip-prinsip rasional. Seperti, yang sedang terjadi pada masyarakat. Hubungan antara individu dengan masyarakat lainnya terikat kontrak dalam situasi fungsional terutama ukuran-ukuran yang bersifat kebutuhan materi. Posisi da'i dalam perannya menghadapi mad'u yang rasional ini adalah mengimbangnya dengan pendekatan-pendekatan yang rasional baik dalam pemahaman nilai agama maupun praktik keagamaan. Sikap proaktif seorang da'i dalam proses bimbingannya serta ikut partisipasi dalam setiap perkembangan yang terjadi di masyarakat adalah bentuk empirik sikap rasional.

4. Prinsip Menegakkan etika atas dasar kearifan budaya

Prinsip Menegakkan etika atas dasar kearifan budaya yang mengacu pada pemikiran teologi Qurani, yaitu prinsip moral dan etik yang diturunkan dari isyarat Al-Qur'andanas-Sunnah tentang nilai baik buruk dan keharusan perilaku

ketika melaksanakan dakwah Islam termasuk didalamnya bidang dakwah multikultural. Dengan mengacu pada surat Al-Imran ayat 159 yang berbunyi :

هُمْ فَأَعْفُ حَوْلَكَ مِنْ لَا نَفْضُوا الْقَلْبَ غَلِيظًا كُنْتَ وَلَوْ لَهُمْ لَنْتَ اللَّهُ مِنْ رَحْمَةٍ فِيمَا

الْمُتَوَكِّلِينَ مُحِبُّ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ عَلَى فَتَوَكَّلْ عَزَمْتَ فَإِذَا الْأَمْرِ فِي وَشَاوَرَهُمْ هُمْ وَأَسْتَغْفِرَ عَنْهُ



Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

Berdasarkan ayat diatas, kode etik keharusan perilaku bagi da'i dalam proses implementasi dan intradialogis dalam dakwah sebagai berikut :

- a. Menumbuhkan kasih sayang.
- b. Sikap membuka kelembutan hati.
- c. Saling memaafkan.
- d. Istigfar(memohon ampunan).

e.Selalu mengupayakan musyawarah.

f.Tindakan pengambilan keputusan yang tepat situasi dan tepat guna.

g.Sikap penyerahan total diri.

h.Prinsip mengasah kecerdasan spiritual dengan selalu mencintai Allah dan RasulNya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Silaturrahmi

Silaturrahmi merupakan tahap pertama untuk mengenalkan pentingnya agama Islam dalam kehidupan sehari-hari, dimana para da'i bersilaturrahmi ke rumah mad'u. Silaturrahmi ini dilakukan pada mereka tidak melaut.

2. Mengundang untuk mengikuti pengajian

Setelah mereka mengerti akan pentingnya agama Islam dalam kehidupan sehari-hari, mereka diajak untuk mengikuti pengajian di Masjid. Pengajian bukan hanya tentang fikih saja tetapi kajian mencakup semua aspek kehidupan seperti Tauhid, Tajwid, Muamalah dan lain-lain. Pengajian dilakukan seminggu sekali yaitu setiap malam Minggu karena pada malam Minggu mereka berada di rumah masing-masing.

3. Mengadakan kegiatan Peringatan Hari Besar Islam (PHBI)

Peringatan Hari Besar Islam (PHBI) dilakukan karena masyarakat Ujung Bom Kelurahan Kangkung Kecamatan Teluk Betung Bandar Lampung mayoritas

berasal dari pulau Jawa yang kental dengan budaya Islamnya. Peringatan Hari Besar Islam (PHBI) ini mengajarkan kepada mereka bahwa Islam itu sesuai dengan tradisi yang mereka lakukan seperti Maulid Nabi, Isra Mi'raj, Tahun Baru Hijriyah dan lain-lain.

B. Saran

1. Kepada masyarakat khususnya laki-laki hendaknya dapat mengatur waktu untuk bekerja dan beribadah agar dapat melaksanakan shalat lima waktu di awal waktu, berjamaah di Masjid dan dapat mengikuti pengajian sesuai dengan jadwal;
2. Kepada da'i hendaknya mencari metode-metode yang dapat menarik bagi masyarakat sehingga kesan dakwah tidak monoton;



DAFTAR PUSTAKA

- A.H Hasanuddin, *Rethorika Dakwah dan Publistik Dalam Kepemimpinan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1982), cet. Ke-1
- Abd. Kadir Munsyi, *Metode Diskusi Dalam Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), cet. Ke-1
- Ahmad Halim Hakim, “Komunikasi Persuasif Perawat dalam Membangun Konsep Diri Positif Lansia.”(Skripsi Program Sarjana Universitas Negeri Surakarta, Surakarta, 2014)
- Anggun Ekawati, “Komunikasi Persuasif da’i kepada masyarakat yang berbeda mazhab di Dusun Pasar LamaLabuhan Maringgai Lampung Timur”. (Skripsi Program Sarjana Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan, Lampung, 2017)
- Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983)
- Auliya Niswah, “Aplikasi Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Buku 7 Keajaiban Rezeki Karya IPPHO SANTOSA”, Skripsi Program Sarjana Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Yogyakarta, 2014)
- Bassam Tibi, *Islam Kebudayaan dan Perubahan Sosial* terj. Misbah Zulfa Elizabet dan Zaenal Abas (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1999)
- Cholid Narbukodan Abu Achmad, *Metodologi Penelitian*, Bumi Aksara, Jakarta, 1997
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Depok: Bayan Qur'an, 2009)
- Enjang AS dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009)
- Faizah dan H. Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006)
- H.M Arifin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1977)

H.M. Arifin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), cet. Ke-3

Hendro Puspito, *Sosiologi Agama* (Yogyakarta: Kanisius, 1983)

Ishomuddin, *Pengantar Sosiologi Agama* (Jakarta: PT. Ghalia Indonesia-UMM Press, 2002)

J.B Sykes, *The Concise Oxford Dictionary Of Current*, English, London, 1976

James G. Bobbins dan Barbara S. Jones, *komunikasi yang efektif*, (Jakarta: CV. Pedoman Ilmu Jaya, 2006)

K.H Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), cet. Ke-1

Koentjaraningrat, ed, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Gramedia, Jakarta, 1990

Komaruddin, *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis*, Angkasa, Bandung, 1987

Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1999

Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia*, (Jakarta: PT Hidakarya Agung, 1989)

Mulyana Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2008)

Nana Sudjana dan Ibrahim, *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, Sinar Baru, Bandung, 1989

Nani Machendrawaty, dkk, *Pengembangan Masyarakat Islam* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994)

Onong Uchajana Effendi. *Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1990)

Parsudi Suparlan, *Orang Gelandangan di Jakarta: Politik Pada Golongan Termiskin dalam Kemiskinan di Perkotaan* (Jakarta: Sinar Harapan, 1984)

Pauline V. Young, *Scientific Social Surveys and Research*, Prentichall, New Delhi, 1973

Paus A. Partanto, M. Dahlan Al-Bahri, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1994)

Phil. Astrid S. Susanto, *Komunikasi Dalam Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998)

Raffifuddin, M. Abdul Djalil, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (pusaka setia, 1997), cet. Ke-1

Rahardjo, Susilo & Gudnanto, *Pemahaman Individu Teknik Non Tes*, Nora Media Enterprise, Kudus, 2011

S. Djuarsa Senjaya. *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994)

S. Nasution, *Metode Research*, (Jemmars, Bandung, 1991)

Sayuthi Ali, *Metodologi Penelitian Agama*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2000

Soeleiman Yusuf, slamet Susanto, *Pengantar Pendidikan Sosial* (Surabaya: Usaha Nasional, 1981)

Soemitro, Ronny Hanitijo. *Metodologi penelitian hukum*, Ghalia Indonesia, Bandung, 1982

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo, Jakarta

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2008

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Reneka Cipta, Jakarta, 1991

Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Yasbit Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta, 1989

Syaikh Ali Mahfudh, *Hidayah Al-Mursyidin* (Daar: Al-Ma'rif)

Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Widjaya, 1992)

Wahdi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: logos, 1997)

Winarno Surachmat, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Tarsito, Bandung, 1980

